

27. Jahrgang • Nr. 4/2003

504
Z 71

MedienJournal



Freie Radios als Alternative

OGK

Zeitschrift für Kommunikationskultur

Medien Journal – Zeitschrift für Kommunikationskultur

ISSN 1025-9473

Tit.-Nr. 1764

Herausgeber: Österreichische Gesellschaft für
Kommunikationswissenschaft (ÖGK) –
Austrian Society of Communication.
A-5020 Salzburg, Rudolfskai 42

Vorstand der ÖGK: Thomas Bauer, Brigitte
Hipfl, Roman Hummel, Manfred Knoche,
Wolfgang R. Langenbacher, Michael Latzer,
Michael Manfé, Franz Rest, Christian
Steininger, Thomas Steinmaurer, Petra
Strohmaier, Karin Waldher.

Redaktion: Thomas Steinmaurer

Heftverantwortlichkeit:

Wolfgang Hirner und Manfred Knoche

Redaktionsadresse:

A-5020 Salzburg, Rudolfskai 42,

Tel: +43/+662/8044-4150

Fax: +43/+662/8044-4190

E-Mail: thomas.steinmaurer@sbg.ac.at

© 2003 by StudienVerlag, Printed in Austria

Druck: WB Druck, Höfen/Tirol

Verlag: StudienVerlag, A-6020 Innsbruck,

Amraser Straße 118

Tel: +43/+512/395045

Fax: +43/+512/395045-15

E-Mail: order@studienverlag.at

WWW: <http://www.studienverlag.at>

Bezugsbedingungen:

Das Medien Journal erscheint viermal

jährlich. Einzelheft: € 7,50/sFr 13,50

Jahresabonnement: € 25,-/sFr 43,00

Abonnement für Studierende: € 17,-/
sFr 30,50

Preise incl. USt., zuzügl. Versandkosten

Alle Bezugspreise und Versandkosten unter-
liegen der Preisbindung. Abbestellungen
müssen spätestens drei Monate vor Ende
des Kalenderjahres schriftlich erfolgen.

Geschäftliche Zuschriften:

Abonnement-Bestellungen, Anzeigenauf-
träge usw. senden Sie bitte an den Verlag.

Redaktionelle Zuschriften:

Artikel, Presseaussendungen und Rezen-
sionen senden Sie bitte an die Redaktions-
adresse.

Neue Rechtschreibung: Wir stellen es unseren
AutorInnen frei, der Rechtschreibreform zu
folgen.

Das Medien Journal will ein Forum für die offene
Diskussion sein. Die mit dem VerfasserInnen
gekennzeichneten Beiträge geben nicht in je-
dem Fall die Meinung der Redaktion oder der
Herausgeber wieder. Die VerfasserInnen sind
verantwortlich für die Richtigkeit der in ihren
Beiträgen mitgeteilten Tatbestände. Für un-
verlangt eingesandte Manuskripte überneh-
men Redaktion und Verlag keine Haftung. Die
Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzel-
nen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des
Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Ver-
lages unzulässig. Das gilt insbesondere für die
Vervielfältigung, Übersetzungen, Mikroverfil-
mungen und die Einspeicherung und Ver-
arbeitung in elektronischen Systemen.

Das Medien Journal erscheint viermal jährlich,
wobei jedes Heft einem Schwerpunktthema
gewidmet ist. Die inhaltliche Verantwortung
liegt jeweils bei einer/m Heftverantwort-
lichen, die redaktionelle Betreuung und End-
bearbeitung erfolgt durch die Redaktion.

Für eingereichte Beiträge gelten grundsätzlich
folgende Gestaltungshinweise:

Der Text muss elektronisch geliefert werden und
soweit als möglich nicht gestaltet, d.h. frei von
Formatierungen sein. Das gilt sowohl für den
Fließtext wie für Überschriften. Hervorhebun-
gen sind im Originalausdruck als solche zu
kennzeichnen.

Hinsichtlich der bibliografischen Verweise findet
die amerikanische Zitierweise Anwendung,
wobei die Angaben überwiegend nach dem
Satzende, und auch nach dem Punkt, gesetzt
werden sollen. (Vgl. Mustermann 2000, 4) Im
Literaturverzeichnis werden die üblichen An-
gaben nach folgendem Muster verwendet:
Familiennamen, Vorname (Erscheinungsjahr):
Titel. Untertitel. Erscheinungsort: Verlag. Alle
weiteren wichtigen detaillierten Hinweise für
die Gestaltung von Manuskripten sind der
Homepage der ÖGK zu entnehmen:
www.ogk.at (Publikationen).

<i>Manfred Knoche</i> Editorial	2
<i>Manfred Knoche</i> Freie Radios – frei von Staat, Markt und Kapital(ismus)? Zur Widersprüchlichkeit Alternativer Medien und Ökonomie	4
<i>Wolfgang Hirner</i> Vom PiratInnenradio zum Freien Radio. Der lange Weg zur Lizenz	20
<i>Ulrike Wagner</i> Freiräume im Äther: Freie Radios und die Umsetzung von Public Access	32
<i>Andrea Grisold</i> Finanzierungsmodelle und -praxis nichtkommerzieller Radios	44
<i>Livia Lindner</i> Wirtschaftliche Situation Freier Radios in Österreich 1999/2002	56
<i>Helmut Peissl</i> Freie Radios und Mehrsprachigkeit	66
<i>Klaus-Jürgen Buchholz</i> Vielfalt gegen Einfachheit – Bürgermedien in Deutschland	75
Autorinnen und Autoren	85

Das vorliegende Themenheft „Freie Radios als Alternative“ basiert auf den Ergebnissen eines umfassenden empirischen Forschungsprojekts zur Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich, das am Institut für Kommunikationswissenschaft, Abteilung Medienökonomie und empirische Kommunikationsforschung, der Universität Salzburg durchgeführt wurde. Die Mehrzahl der Autoren dieses Heftes (Andrea Grisold, Wolfgang Hirner, Manfred Knoche und Ulrike Wagner) waren MitarbeiterInnen dieses Projekts. In den einzelnen Beiträgen wird, soweit möglich, die aktuelle Entwicklung bis 2003 berücksichtigt. Dies gilt insbesondere für die wirtschaftliche Situation der Freien Radios in Österreich, die auf der Basis einer zusätzlichen Erhebung für 2002 dokumentiert und kommentiert wird. Die Mehrzahl der Beiträge bezieht sich zwar primär auf die Situation in Österreich, aber dies in einem verallgemeinerbaren theoretischen Kontext. Zusätzlich wurde ein Beitrag zu „Bürgermedien“ in Deutschland aufgenommen.

Die Forschung konzentriert sich auf Untersuchungsdimensionen, die mit Hilfe kommunikations- und medienwissenschaftlicher Ansätze untersucht werden können: die Dimensionen Mediengeschichte, Medienpolitik, Medienrecht, Medienökonomie, Medienorganisation und Medienproduktion Freier Radios. Einbezogen ist die Betrachtung der Radioentwicklung unter kulturellen, kulturpolitischen und gesellschaftspolitischen Aspekten, insbesondere aber unter dem Gesichtspunkt von Theorie und Praxis Alternativer Medien sowie Alternativer Öffentlichkeit.

Entsprechend der Spezifik der Nichtkommerzialisierung der untersuchten Radios ist zusätzlich eine Untersuchungsdimension forschungsleitend, die international unter ökonomischen und gesellschaftspolitischen Aspekten als „Dritter Sektor“ (Nonprofit-Sektor) – neben staatlichen/öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Organisationen/Unternehmen – behandelt wird. Freie Radios werden deshalb auch unter Aspekten einer „Alternativen Ökonomie“ betrachtet. In diesem Kontext werden neben Fragen der wirtschaftlichen Situation der Radios und ihrer Finanzierungsmodelle auch berufs- und arbeitsmarktpolitische Aspekte berücksichtigt, wobei die (berufliche) Radioarbeit als Möglichkeit des politischen, kulturellen und sozialen Engagements, aber auch als Chance für Emanzipation und „Selbstverwirklichung“ der Beteiligten gesehen wird.

In Erweiterung des anerkannten *dualen* Rundfunksystems konstituieren drei unterschiedliche Normensysteme ein (noch nicht anerkanntes) *triales* Mediensystem:

- der *kommerzielle* Medienbereich – der Norm Gewinnmaximierung verpflichtet,
- der öffentlich-rechtliche Medienbereich – den Normen „öffentliche Aufgabe“/publizistische Vielfalt verpflichtet,
- der *nichtkommerzielle* Medienbereich – den Normen Gemeinnützigkeit / publizistische Ergänzung / offener Zugang verpflichtet.

Eine Definition von „Freien Radios“ ist in der Charta des Verbandes Freier Radios Österreich von 1998 zu finden:

Freie Radios sind unabhängige, gemeinnützige, nichtkommerzielle, nicht auf Profit ausgerichtete Organisationen, die einen allgemeinen und freien Zugang zu Sendeflächen für Rundfunkveranstaltungen garantieren und bereitstellen, um die freie Meinungsäußerung zu fördern. Als drittes Standbein neben öffentlich-rechtlichen und kommerziell privaten RundfunkveranstalterInnen erweitern freie Radios die Meinungsvielfalt.

Im Gegensatz zu den von verschiedenen Seiten formulierten hohen Erwartungen an den „Dritten Sektor“ hinsichtlich seines möglichen Beitrags für die Entwicklung einer demokratischen Zivilgesellschaft bzw. Bürgergesellschaft stehen erhebliche Wissenslücken und Forschungsdefizite hinsichtlich der ökonomischen und gesellschaftspolitischen Leistungen, Beschäftigungspotentiale und des Managements von Nonprofit-Organisationen. Zusätzliche Defizite können für unseren spezifischen Untersuchungsgegenstand einerseits mit der Kurzzeitigkeit der Entwicklung lizenzierter Privatradios (seit 1995) in Österreich, aber auch mit der weit verbreiteten „Geringschätzung“ der Leistungsfähigkeit Freier Radios erklärt werden. Andererseits stehen die Forschungsdefizite im Zusammenhang mit einer in der Kommunikationswissenschaft beobachtbaren generellen Vernachlässigung des Mediums Radio sowie einer bislang nur marginalen Behandlung von nichtkommerziellen bzw. alternativen Medien.

Ziel dieses Themenheftes ist es deshalb, Informationen und tiefer gehende, theoretisch angeleitete Analysen – vorrangig auf der Basis von eigenständig erhobenen empirischen Primärdaten – zu Entstehung, Entwicklung und aktueller Situation freier nichtkommerzieller Radios einer interessierten Öffentlichkeit vorzulegen.¹ Diese Entwicklung ist in Zusammenhang mit der weltweit voranschreitenden Ökonomisierung und Kommerzialisierung der Mediensysteme zu sehen, die von den Medienunternehmen vorangetrieben und durch die vorherrschende Privatisierungs- und Deregulierungspolitik der europäischen Staaten seit Mitte der 1980er Jahre gefördert wird. Ursachen, Formen und Folgen dieser Kommerzialisierung sind im Rahmen einer Politischen Ökonomie der Medien erklärbar und stellen eine Herausforderung für die Medienpolitik bzw. Medienwirtschaftspolitik dar. In diesem Kontext könnte der Entwicklung und Förderung eines nichtkommerziellen Sektors im Medienbereich ein besonderer Stellenwert zukommen, um zur Lösung von Problemen des „Marktversagens“, der Medienkonzentration, der Kommerzialisierung der Medienprodukte und mangelnder publizistischer Vielfalt beizutragen.

Manfred Knoche

1) Dies war nur möglich aufgrund der finanziellen Förderung durch das österreichische Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie sowie aufgrund der bereitwilligen Zurverfügungstellung von originären Daten durch die befragten Radioorganisationen und die Programm-MacherInnen. All diesen sind wir zu großem Dank verpflichtet.

Manfred Knoche

Freie Radios – frei von Staat, Markt und Kapital(ismus)?

Zur Widersprüchlichkeit Alternativer Medien und Ökonomie

„Das schlechte Bestehende, die Gesamtgesellschaft, hat die progressiven Subkulturen ins Leben gerufen. Die Praxis, die Normen und Institutionen der Gesamtgesellschaft haben ihre eigene Antithese, die Praxis, Normen und Institutionen der progressiven Subkulturen hervorgebracht [...] Die Gesamtgesellschaften neigen zur Affirmation, die Subkulturen zur Negation; die Synthese, die Aufhebung des Widerspruchs [...] ist selten in Angriff genommen worden.“

(Schwendter 1993, 191–192)

Theorie und Praxis Freier Radios leben grundsätzlich von der Vorstellung der Notwendigkeit und Möglichkeit einer Alternative zu den etablierten Medien, welche generell als „unfrei“, d.h. als abhängig vom Staat und/oder von Markt und Kapital, charakterisiert und deswegen grundlegend kritisiert werden. Kennzeichen eines „freien“ Mediums ist folglich die weitest gehende Unabhängigkeit von Staat, Markt und Kapital. Insbesondere die Kapital- und Marktabhängigkeit gilt in dieser Sichtweise als elementares Hindernis für die Realisierung einer medial vermittelten Kommunikation, die den Ansprüchen an eine freie, demokratische Gesellschaft und an eine Emanzipation der Gesellschaftsmitglieder gerecht werden könnte. Entsprechend ist das idealtypische Gegensatzpaar nicht-kommerzielle (freie) Medien¹ versus kommerzielle (abhängige) Medien in Theorie und Praxis ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal und Abgrenzungskriterium.

Im Kontext dieser grundlegenden Kontrastierung ist der folgende Beitrag der Erörterung von zwei miteinander zusammenhängenden Fragestellungen gewidmet:

- Inwieweit sind bislang diskutierte Modelle und Konzepte für mediale, ökonomische und gesellschaftliche Alternativen – gemessen vor allem an ihrer unterschiedlichen Radikalität, Legitimität und Funktionalität – grundsätzlich in welchem Ausmaß geeignet, die jeweils angestrebten Freiheiten unter den jeweils gegebenen medialen, ökonomischen, sozialen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen zu realisieren (theoretische Realisierbarkeit)?
- Inwieweit werden bei den jeweils praktizierten Modellen („Projekten“) die angestrebten Freiheitsgrade erreicht (praktischer Realisierungsgrad)?

1) Die folgenden Überlegungen beziehen auch Theorie und Praxis der Alternativpresse mit ein.

Diese Problematik kann sinnvoller Weise nur im generelleren Zusammenhang der theoretischen Diskussion und praktischen Entwicklung von Modellen und Konzepten Alternativer Medien und Alternativer Ökonomie diskutiert werden. Denn gerade die Konkretion dieses Zusammenhangs ist ein wesentliches Element der zunächst nur „abstrakten“ (gesellschaftlich-demokratisch begründeten) Freiheitsbestrebungen sowie ein wesentliches Ziel und Motiv der „konkreten“ (subjektiv-individuell-emanzipatorisch begründeten) Befreiungsversuche der Beteiligten. In der verfügbaren wissenschaftlichen Literatur ist – vermutlich insbesondere aufgrund der traditionellen Separierung der Wissenschaftsdisziplinen – dieser Zusammenhang kaum thematisiert worden: „Alternative Medien“ werden als Randgebiet der Kommunikations- und Medienwissenschaft behandelt, „Alternative Ökonomie“ als Randgebiet der Wirtschaftswissenschaften. Deshalb wird hier auf der Basis der kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin Medienökonomie der Versuch einer Zusammenführung der genannten Gegenstandsbe-reiche unternommen.² Die Behandlung der genannten beiden Grund-Fragestellungen soll in zwei Analyse-Schritten erfolgen:

1. Differenzierung verschiedener Konzepte von Alternativen Medien im Kontext der Entwicklung von Theorie und Praxis Alternativer Öffentlichkeit.
2. Charakterisierung der Freiheitsgrade nicht-kommerzieller Medien in Abgrenzung (Gegenüberstellung) zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Medien (fokussiert auf Radios)

1 Zur Entwicklung von Theorie und Praxis Alternativer Öffentlichkeit und Alternativer Medien

Zur Beurteilung der theoretischen Realisierbarkeit und des praktischen Realisierungsgrades von gegenwärtig praktizierten Konzepten Freier Radios ist eine entwicklungsgeschichtlich differenzierende Betrachtungsweise von Theorie und Praxis Alternativer Öffentlichkeit bzw. Alternativer Medien vonnöten. Hierdurch wird deutlich, welchen Grad von Freiheit und Alternativität gegenwärtige Freie Radios anstreben bzw. erreichen, verglichen mit den in der Vergangenheit diskutierten und (in der Regel nur kurzzeitig) praktizierten Modellen und Konzepten von Alternativer Öffentlichkeit und Alternativen Medien.

Die bislang umfassendste und kenntnisreichste Arbeit zur „Alternativen Öffentlichkeit“ hat Karl-Heinz Stamm vorgelegt (vgl. Stamm 1988). Vor allem auf Basis dieser Arbeit, aber auch anhand einer aktuelleren Arbeit zu dieser Thematik (vgl. Oy 2001) sowie zu „Alternativer Kommunikation“ (vgl. Eurich 1980; Weichler 1987) und zur Alternativpresse (vgl. Beywl 1982; Beywl/Brombach 1982) lassen sich fünf reale Grundmodelle Alternativer Öffentlichkeit mit entsprechenden Konzepten Alternativer Medien

2) Dieser Ansatz lag bereits dem am Institut für Kommunikationswissenschaft, Abteilung Medienökonomie und empirische Kommunikationsforschung, der Universität Salzburg durchgeführten empirischen Forschungsprojekt „Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich“ zu Grunde (vgl. Knoche et al. 2001).

unterscheiden, die jeweils nach fünf Kriterien differenziert werden können. Diese Unterscheidung stellt gleichzeitig eine Periodisierung der realen Entwicklung von Alternativer Öffentlichkeit/Alternativen Medien seit Ende der 60er Jahre des vergangenen Jahrhunderts (fokussiert auf Europa) dar. Die getroffenen Unterscheidungen und Periodisierungen können aufgrund der realen Entwicklung weder zeitlich noch inhaltlich trennscharf bzw. sich ausschließend sein, da inhaltliche und zeitliche Überlappungen gerade ein Kennzeichen der Entwicklung sind. In einzelnen Fällen haben sich sogar konkrete alternative Medienprojekte im Verlauf der Zeit so gewandelt, dass sie nacheinander verschiedenen Modellen zuzuordnen sind.

Generell lässt sich eine inhaltliche und zeitliche Entwicklung in fünf *reale Grundmodelle* (Typen) und gleichzeitig fünf Phasen nachvollziehen: Von der

- Gegenöffentlichkeit über
- Gegenmedien,
- Alternativmedien (Undergroundmedien) und
- Bewegungs-/Initiativmedien bis zu den heutigen
- Komplementärmedien (Bürgermedien) im Radiosektor.

Im Kontext der Fragestellungen dieses Beitrags interessiert vorrangig, wie sich der Typus des Komplementärmediums (Ergänzungsmediums), den die Freien Radios in Österreich gemäß ihrer eigenen Zielsetzung verkörpern, von den anderen vier Modellen unterscheidet und in welcher Weise gleiche Merkmale relevant sind. Es handelt sich dabei um einen analytischen Vergleich ohne Bewertungen.

Hinsichtlich des Kriteriums *Trägerschaft* unterscheiden sich Freie Radios von den übrigen Modellen in erheblichem Maße dadurch, dass sie in der Regel ohne Bewegungs-, Organisations- oder Parteihintergrund von engagierten Individuen oder Gruppen von Individuen initiiert wurden. Am ehesten gleichen sie damit noch der Alternativpresse, die allerdings in der Regel zumindest aus dem Kreis „undogmatischer linker Gruppen“ entstanden ist. Auch hinsichtlich des Kriteriums *Öffentlichkeits- bzw. Kommunikationsmodell* unterscheiden sich Freie Radios, da sie am Konsequenteften eine „partizipatorische Öffentlichkeit“ über einen Public Access ermöglichen. Produziert wird wie bei den Alternativmedien für eine lokale Öffentlichkeit, also eine räumlich gesehen partikulare Öffentlichkeit. Im Gegensatz zu den anderen geht es Freien Radios dabei weniger um eine kritische als vielmehr um eine pluralistische Öffentlichkeit.

Nach dem Kriterium des *Selbstverständnisses bzw. der inhaltlichen Ziele* unterscheiden sich Freie Radios entsprechend ihrer Ungebundenheit in der Trägerschaft durch das Ziel der Bürgernähe, genau gesagt der Nähe zu den Bürgern, die in den etablierten Medien benachteiligt werden und zu wenig zu Wort kommen. Insofern handelt es sich auch um eine Art von „Betroffenenjournalismus“, wie er auch – allerdings in ausgeprägterer Form – bei den Alternativmedien zu finden ist. Nach dem Kriterium *Organisation zur Umsetzung der Ziele* sind Freie Radios zwischen „Laien-Journalismus“ und Semiprofessionalität angesiedelt, ähnlich wie bei den Bewegungs- und Alternativmedien.

Ein entscheidender Unterschied ist jedoch hinsichtlich des Kriteriums *Verhältnis zu den etablierten Medien* erkennbar: Die Skala dieses Verhältnisses reicht von Kritik, Gegnerschaft, Widerstand, Kontrolle und Abgrenzung bei den anderen Modellen bis zu Ergänzung, Korrektiv und Kooperation bei den Freien Radios.³ In der Art des Verhältnisses zu den anderen Medien wird ein unterschiedlicher Grad an Radikalität des Alternativen deutlich, der konstituierend für die verschiedenen Medientypen und damit auch für die aufeinander folgenden Entwicklungsphasen Alternativer Medien ist. Es ist un schwer zu erkennen, dass Freie Radios sich vergleichsweise wenig als Kritiker, Kontrolleure oder Gegner der etablierten Medien begreifen, was nicht heißt, dass sie kein alternatives Programm anbieten. Ihr Verhältnis zu den etablierten Medien ist auch deshalb „entspannter“, weil sie nicht mit diesen auf einem gemeinsamen Markt konkurrieren, sondern einen gesonderten („Minderheiten“-)Markt bedienen wollen.

2 Freiheitsgrade von Freien Radios im Vergleich zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Radios

Gemeinsamer Ausgangspunkt der theoretischen und praktischen Ansätze für Alternativmedien ist die Überzeugung, dass sowohl privatwirtschaftliche als auch öffentlich-rechtliche Medien grundsätzlich nicht oder nicht ausreichend in der Lage sind, die für Medien-Produzenten und -Rezipienten angestrebten Freiheiten zu realisieren bzw. die propagierten gesamtgesellschaftlichen Funktionen zu erfüllen. In dieser Sichtweise werden – im Gegensatz zur verbreiteten politischen Auffassung – auch Reformen des etablierten Mediensystems als nicht oder nur wenig zielführend bzw. als nicht durchsetzbar angesehen. Stattdessen wird zur Problemlösung der Aufbau eines möglichst autonomen „Dritten Sektors“ (neben Markt und Staat) bzw. einer „Dritten Säule“ im Rundfunksystem für nicht-kommerzielle freie Medien als notwendig erachtet, deren besonderes Merkmal eine möglichst weitgehende Freiheit (Unabhängigkeit) von Staat, Markt und Kapital sein soll.

Abbildung 1: Idealtypische Freiheit/Unabhängigkeit nicht-kommerzieller Radios in Abgrenzung zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Radios

	nicht-kommerziell	öffentlich-rechtlich	kommerziell
Freiheit/Unabhängigkeit von			
Staat	maximal	minimal	partiell
Markt	maximal	partiell	minimal
Kapital	maximal	partiell	minimal

Das auf diesem elementaren Freiheitsmodell basierende legitimierende Selbstverständnis von Freien Radios lebt demnach von der Abgrenzung bzw. Profilierung nach zwei Richtungen: gegenüber den kommerziellen und den öffentlich-rechtlichen Radios. *Idealtypisch* ergibt sich eine Freiheits-Skala, in der nicht-kommerzielle Radios sowohl gegenüber dem

3) Auch die GRÜNEN in Deutschland haben ihr Verhältnis zu den Massenmedien zeitlich parallel dazu in gleicher Weise entwickelt (vgl. Knoche/Lindgens 1993, 765-766).

Staat als auch gegenüber Markt und Kapital maximale Freiheiten erreichen oder zumindest anstreben (vgl. Abb. 1). Entsprechend nehmen öffentlich-rechtliche Radios eine Mittelposition ein: Sie sind sichtbar nur partiell frei von Markt und Kapital, kennzeichnend ist eine zunehmende Marktabhängigkeit (Kommerzialisierung); grundlegend ist vor allem eine minimale Staatsfreiheit. Kennzeichen kommerzieller Radios dagegen sind minimale Markt- und Kapitalfreiheit (d.h. maximale Abhängigkeit) und nur partielle Staatsfreiheit aufgrund der bestehenden indirekten Staatsabhängigkeit (vgl. Knoche 1999b, 180-188).

Die Abgrenzung Freier Radios gegenüber kommerziellen Radios fällt dabei relativ leicht, da es sich dabei um die Konstruktion eines Gegensatzpaares auf der Basis einer fast ausschließlichen Negativ-Abgrenzung handelt, die allerdings positiv inhaltlich gefüllt wird. Dies kommt auch in der geläufigen Selbst- und Fremdbezeichnung als „nicht-kommerziell“ zum Ausdruck. Die vorrangige Ambition ist also, etwas zu vermeiden, was als *grundsätzlich* negativ und deshalb nicht reformierbar kritisiert wird. Die Abgrenzung gegenüber den kommerziellen Radios ist insofern nicht eine graduelle, sondern eine *prinzipielle* (von daher kommt ursprünglich auch die Propagierung von Alternativ-Medien bezogen auf einen ausschließlich kommerziellen Bereich, die Presse). Zur Begründung und Konkretisierung dieser Abgrenzung können sich Freie Radios einerseits auf wissenschaftliche Literatur, andererseits auf Praxis-Berichte zu alternativen „Vorläufermedien“ (Alternativpresse, Alternative Videoarbeit) beziehen. Insbesondere in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur gehören Ansatzpunkte einer Kritik der Ökonomisierung oder Kommerzialisierung heutzutage fast schon zum „guten Ton“, in der Regel allerdings kaum grundsätzlich, sondern eher unter moralisierenden „kulturpessimistischen“ Aspekten und fast ausnahmslos völlig ohne Bezug zu Theorie und Praxis von Alternativmedien (vgl. hierzu beispielhaft: Jarren/Meier 2001).

Schwieriger ist dagegen die legitimierende Abgrenzung gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Hörfunk. Denn dieser wird zu Recht auch grundsätzlich mit Nicht-Kommerzialität legitimiert, und zwar im grundlegenden Sinne der Nicht-Privatwirtschaftlichkeit der Organisationsform. Zusätzlich bestehen in Theorie und Praxis einige Gleichheiten in den allgemeinen Zielsetzungen Freier und öffentlich-rechtlicher Radios. Folgerichtig wird deshalb von Seiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks oftmals argumentiert, Freie Radios seien insofern „überflüssig“, als auf der Basis von öffentlich-rechtlicher Organisationsform und gesetzlich verankerter Aufgabenstellung (Programmauftrag, Pluralismus u.ä.) Funktionen eines „Public Service“ effektiver wahrgenommen würden als durch Freie Radios.

Eine überzeugende Abgrenzung kann hierbei jedoch gelingen, wenn realitätsgerecht weniger die *prinzipiellen* oder *formalen* Gleichheiten und Unterschiede zum Maßstab genommen werden, sondern die praktisch vorhandenen *qualitativen* bzw. *graduellen* Unterschiede im Rahmen der prinzipiellen Gleichheiten. Dies gelingt schon hinsichtlich der (so gesehen angeblichen) Nicht-Kommerzialität öffentlich-rechtlicher Radios. Prinzipiell gleich ist die Orientierung am Kostendeckungs-Prinzip (keine Gewinnerzielungsabsicht). Qualitativ zeigt sich jedoch bei Freien Radios nach dem Maßstab der Fi-

nanzierungsformen ein entscheidender Unterschied: Durch den prinzipiellen Verzicht auf Werbung wird von Freien Radios etwas vermieden, was als eines der „Grundübel“ der kommerziellen Medien jenseits der Gewinnerzielungsabsicht und als „Sündenfall“ öffentlich-rechtlicher Medien gesehen wird. Als ein weiteres entscheidendes Unterscheidungsmerkmal können unter anderem – bei prinzipieller Gleichheit der Nicht-Kommerzialität der Organisationsform – die tatsächlichen Kommerzialisierungstendenzen öffentlich-rechtlicher Radios herangezogen werden, die sich aufgrund ihrer partiellen Marktabhängigkeit (Quotenorientierung) ergeben und sich insbesondere in ihren Programmen („Formaten“) sichtbar praktisch niederschlagen.

Auf der anderen Seite darf nicht verkannt werden, dass die für die Freien Radios idealtypisch als vergleichsweise maximal eingestufte Staats-, Markt- und Kapital-Unabhängigkeit in mehrfacher Weise real nicht im gewünschten bzw. propagierten Ausmaß gegeben ist. Im Gegenteil: Es ist zu berücksichtigen, „dass Alternative Ökonomie bei Strafe ihres Untergangs entweder an den Markt, oder an den Staat, oder an umzuverteilende Revenuen (außerhalb des alternativ-ökonomischen Produktionsprozesses erzielte Einkünfte, deren Umverteilungsorgan keine staatliche Instanz ist), oder auch an eine wie immer geartete Mischung jener drei Momente gebunden ist“ (Schwendter 1986b, 259). Da Freie Radios ihre Produkte in der Regel unentgeltlich verbreiten, ergibt sich zwar eine geringere direkte Marktabhängigkeit als bei anderen alternativen Projekten, wie auch bei der Alternativpresse. Aber dafür ist dann die Abhängigkeit gegenüber Staat und „Revenue“-Umverteilung (Spenden, Kredite von privatem Kapital) umso größer.

Durch die weitgehende Angewiesenheit auf staatliche Subventionierung beispielsweise besteht sogar eine existentielle Abhängigkeit vom Staat, insbesondere wenn er sich, wie derzeit in Österreich, als wenig subventionswillig zeigt. Aber auch bei einem subventionsfreudigen Staat ist eine elementare Staatsabhängigkeit gegeben, und zwar hinsichtlich der realisierbaren Radikalität des „Alternativen“ in Zielsetzung und Programmgestaltung. Wie die Beispiele in Deutschland zeigen, garantiert nur optimale „Normalisierung“ („Bürgerradio“), d.h. der weitgehende Verzicht auf „Alternativität“, optimale staatliche Subventionierung (siehe dazu den Beitrag von Jürgen Buchholz in diesem Heft). Auch für Freie Radios besteht in dreifacher Weise eine gewisse Marktabhängigkeit, allerdings wesentlich schwächer als für öffentlich-rechtliche und kommerzielle Radios: hinsichtlich des Arbeits-, des Produzenten- und des Rezipientenmarktes.

Hier liegt meines Erachtens sogar eines der größten, bisher wenig kritisch thematisierte Problem, mit dem Freie Radios zu kämpfen haben, ein Problem, dessen Ausmaß stets proportional zur „Radikalität“ ihrer alternativen Zielsetzung ist: Freie Radios wollen – bildlich ausgedrückt – mit äußerst geringen Mitteln eine sehr kleine nicht-kommerzielle Insel in einem sehr großen kommerziellen Meer erstehen lassen und vor dem ständig drohenden Untergang durch Überschwemmung bewahren. Denn Freie Radios agieren in einer permanent zunehmenden kommerzialisierten Gesellschaft mit kommerzialisierter Politik und nahezu perfekt kommerzialisierter Wirtschaft, insbesondere in Medienmärkten.

Im Vergleich zu früheren gesellschaftlichen Entwicklungsphasen (mit jeweils kurzzeitigen gesellschaftlichem Umfeld von Studentenbewegung, Alternativbewegung, Bürgerinitiativen, Neue soziale Bewegungen) mangelt es gegenwärtig noch mehr an einem gesellschaftlichen Umfeld, welches in nennenswertem Umfang Bedürfnisse und Bedarf nach alternativen Medien erkennen oder erhoffen lässt. Insofern mangelt es auch auf Dauer an Arbeitskräften, die genügend motiviert sind und es sich bei schlechter Bezahlung und ungesicherten, physisch wie psychisch belastenden Arbeitsverhältnissen auf Dauer leisten können (wollen), dem (so gesehen „idealistischen“) Ziel der Alternativität zu dienen. Des Weiteren mangelt es auf Dauer an Produzenten, die über den angebotenen Public Access „ehrenamtlich“ mit *alternativen* Inhalten füllen (können, wollen). Dieses Problem wird dadurch verschärft, dass politisch oder kulturell im alternativen Sinne Aktive (Grün-Alternative, ATTAC, Greenpeace u.ä.) aus verständlichen Gründen, um in nennenswertem Umfang in die Gesellschaft hineinwirken zu können, eine maximale Präsenz in *etablierten* Medien anstreben. Und schließlich mangelt es vor allem an interessierten Menschen (traditionell Medienrezipienten genannt), die ein Bedürfnis nach *alternativen* Medien zeigen (haben) bzw. bei vorhandenem Bedürfnis dieses durch Rezeption von Programmen Freier Radios befriedigen. Dieses Problem kann deshalb gegenwärtig nur auf die Weise entschärft werden, wie es die Freien Radios derzeit auch in Österreich versuchen: durch weitest gehenden Verzicht auf „Radikalität“ des Alternativen in Form eines Komplementärmediums oder eines Bürgerradios.

Für Freie Radios als Nonprofit-Organisationen (NPO), die zum Nonprofit-Sektor als „Drittem Sektor“ neben Wirtschaft und Staat gehören (siehe auch Beitrag von Andrea Grisold in diesem Heft), wird sich höchstwahrscheinlich im Zuge der internationalen Weiterentwicklung der neoliberalen, fast ausschließlich marktfixierten Wirtschaftspolitik eine größere Abhängigkeit vom Markt nicht vermeiden lassen. Nach den Ergebnissen eines groß angelegten internationalen Forschungsprojekts zur Entwicklung des „Dritten Sektors“ kann weltweit auch für diesen Sektor gelten: „Der Markt ist auf dem Vormarsch“ (Anheier 2001, 59), d.h. die Ökonomisierung/Kommerzialisierung von weiten Teilen dieses Sektors wird nach Erkenntnissen der beteiligten Forscher kaum aufzuhalten sein. Dies kann nicht weiter überraschen, berücksichtigt man die nunmehr schon seit einigen Jahrzehnten extrem betriebene neoliberale Wirtschaftspolitik mit der Verabsolutierung des Marktes. Organisationen des Dritten Sektors haben zukünftig nur zwei Möglichkeiten: Entweder sie entwickeln sich zu (gemeinnützigen) Unternehmen oder sie bleiben gesellschaftspolitisch bedeutungslose „Nonprofit-Dogs“ (Anheier 2001, 70).

Für Freie Radios bedeutet dies, dass zukünftig sowohl die Abhängigkeit vom Staat als auch von Markt und Kapital existenzbedrohend zunimmt: vom Staat, weil er – gerade auch für geringfügige Subventionen – angesichts der strukturell bedingten Schwierigkeiten der Freien Radios, sich ausreichend „eigenwirtschaftlich“ über Markt und Kapital finanzieren zu können, seine (inhaltlich-politisch-kulturellen) Bedingungen mehr noch als bisher durchsetzen kann. Für Markt und Kapital sind Freie Radios kaum attraktiv, so dass Finanzierungsversuche in diesen Bereichen erhöhte Abhängigkeiten

schaffen und Anpassungsleistungen erforderlich machen. Entsprechend der herrschenden Wirtschaftspolitik wird den Nonprofit-Organisationen beim Weg in die Markt- und Kapitalabhängigkeit sowie in die Abhängigkeit von privatwirtschaftlichen Produktionsweisen und -verhältnissen schon seit einiger Zeit tatkräftige Hilfe von WissenschaftlerInnen und Ratschlag-AutorInnen in Massen angeboten: Fundraising ist eines der vielversprechenden „Zaubermittel“ (vgl. z.B. Haibach 2002, darin auch ein kleines Kapitel zu Fundraising in Österreich), ein weiteres der „Spendenkönige“ (vgl. Burens 1998) oder das Management von Nonprofit-Organisationen (vgl. Simsa 2001, darin die „Zivilgesellschaft als Hoffnungsträger“). Die Entwicklung hin zur Markt- und Kapitalabhängigkeit wird für die Freien Radios aus mindestens zwei Gründen „begünstigt“: aufgrund der objektiven Notwendigkeit wegen Kürzung oder Entfall staatlicher Subventionen sowie aufgrund der nach meinem Eindruck unter „RadiomacherInnen“ vorherrschenden Auffassung, dass eine Staatsabhängigkeit grundsätzlich nachteiliger als eine Markt- und Kapitalabhängigkeit sei und dass letztere gar nicht so sehr negativ wirksam werde, wie mancherorts „übertrieben“ gefürchtet werde.

3 Normen/Merkmale von Freiheit und Alternativität Freier Radios

Allgemein ausgedrückt ist ein „Anders Sein(-Wollen)“ und „Anders Handeln(-Wollen)“⁴ als Gegenmodell zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Radios das generelle Ziel der InitiatorInnen, OrganisatorInnen und „MacherInnen“ Freier Radios. Die konkreten Zielsetzungen orientieren sich hauptsächlich an der „Negation des Status Quo“ (Dorer 1992, 83), sind aber auch durch eigenständige (positive) „Visionen“ und „konkrete Utopien“ angeleitet. Zur spezifischeren Charakterisierung dieses Anders-Seins und -Handelns hinsichtlich seiner spezifischen „Alternativität“ zum kommerziellen Mediensystem erscheint es als zielführend, eine vergleichende Differenzierung nach Wirtschaften, Arbeiten, Produzieren und Kommunizieren vorzunehmen⁵ (vgl. Abb. 2). Anhand dieser Hauptkriterien können nach diversen Einzel-Merkmalen die wesentlichen Alternativ-Merkmale Freier Radios identifiziert werden (vgl. eine ähnliche Vorgehensweise für die Alternativpresse bei Eurich 1980, 26-34).

Generell lassen sich für „Alternative Projekte“ mindestens sechs Grundzielsetzungen bzw. Funktionszuweisungen identifizieren, welche je nach Projekt jeweils unterschiedliche Grade an angestrebter und/oder realisierter Radikalität der Alternativität aufweisen und auch unter unterschiedlichen Prioritätensetzungen realisiert werden können (vgl. dazu auch Beywl 1991, 281, der drei Hauptfunktionen der Alternativen Ökonomie

4) Es wird hier bewusst zunächst einmal nur von „Anders“ im Sinne von „Unterscheiden“ gesprochen; die Frage nach der „Radikalität“, dem Grad der Abweichung oder des Gegensatzes zum Status Quo, dieses „Anderen“ im Sinne von Freiheit und Alternativität wird in diesem Beitrag vor allem auch unter dem Gesichtspunkt äußerer und innerer Widersprüchlichkeit behandelt.

5) Die für das Konzept von Alternativmedien grundlegende Zielsetzung eines anderen/alternativen Lebens (vgl. z.B. Schwendter 1993) und einer anderen/alternativen Gesellschaft (vgl. z.B. Hollstein 1981) wird hierbei mitgedacht, kann aber im Rahmen dieses Beitrags nicht behandelt werden.

für die Neuen Sozialen Bewegungen nennt). Schwendter, der den Begriff „Alternative Ökonomie“ den für ihn zu emphatischen Begriffen „Gegenökonomie“ oder „Eigenökonomie“ vorzieht, sieht deren Zielsetzungen bzw. Funktionen in äußerst eingeschränkter und skeptischer Weise: „als Reproduktionsbasis subkultureller Individuen, im günstigsten Falle mit dem Zweck, Gebrauchswerte für subkulturelle (politische, religiöse etc.) Arbeit zur Verfügung zu stellen“ (Schwendter 1986a, 62).

Es ist meines Erachtens aber angemessen, für den Medienbereich von einem breiteren Spektrum von Zielsetzungen/Funktionen auszugehen, zumindest der deklarierten, was noch nichts über ihre tatsächliche Realisierung sagt. Gemeinsam ist den im Folgenden genannten miteinander zusammenhängenden Grundzielsetzungen, dass sie – allerdings in oftmals sehr unterschiedlichem Ausmaß – auf Veränderungen des gesellschaftlichen Status Quo abzielen. Es ist ein vielfach zu beobachtendes Phänomen, dass der Grad der Radikalität und die Prioritätensetzung im Verlauf der Entwicklungsgeschichte eines alternativen Projekts verändert wird, zumeist in Richtung weniger Radikalität und größere Priorität für individuelle Zielsetzungen. Man kann die Grundzielsetzungen und angestrebten Funktionserfüllungen danach unterteilen in:

- sozial-gesellschaftlich-demokratisch-emanzipatorisch-, „idealistisch“ begründete Ziele
 - o Produktherstellung oder Dienstleistung als „Gebrauchswert“ für Bedürfnisse von Gesellschaftsmitgliedern
 - o Produktherstellung oder Dienstleistung als Basis sozialer und gesellschaftlicher Veränderungen
 - o Infrastruktur und Ressourcenausstattung für den jeweiligen Alternativ-Bereich
- individuell-subjektiv-emanzipatorisch-existenziell-, „egoistisch“ begründete Ziele
 - o Arbeitsplatz als Reproduktionsbasis (Lebensunterhalt) für die Beteiligten
 - o Berufliches Tätigkeitsfeld als Befreiung von Zwängen des „normalen“ Arbeitslebens und des gesellschaftlichen Lebens
 - o Berufliches Tätigkeitsfeld als Möglichkeit der Selbstverwirklichung und Emanzipation der Beteiligten.

Unschwer ist zu erkennen, welche Vielzahl von Widersprüchen diese Zielsetzungen enthalten, so dass sie in der Praxis ein ständiger Herd für Spannungen und Konflikte unter den Beteiligten sind. Konfliktlinien ergeben sich vor allem aus dem Spannungsfeld von gesellschaftlichen versus individuellen, ideellen versus materiellen Zielsetzungen (Vorwurf des „Verrats“), aus dem Konkurrenzkampf um die Realisierung individueller Ziele bei knappen Ressourcen (Vorwurf der „Unsolidarität“) usw. Die in den Zielsetzungen angelegten Widersprüche sind auch Anlass zu grundsätzlichen wissenschaftlichen und politischen Diskussionen sowie zu Kritik von nicht unmittelbar Beteiligten, aber wissenschaftlich und/oder politisch Interessierten. Je nach Standpunkt werden der Grad der Radikalität des alternativen Projekts und die vorgenommene Prioritätensetzung mehr oder weniger stark in verschiedenen Spielarten kritisiert,

- entweder als zu wenig radikal und/oder zu individuell
- oder als zu radikal und/oder zu wenig individuell

- oder als zu wenig „idealistisch“ oder zu „idealistisch“ und dergleichen mehr.

Wie im „Motto“ zu Beginn dieses Beitrags ausgedrückt, ist auch für die Freien Radios wie für andere progressive Subkulturen die Negation des Bestehenden der Ausgangspunkt, was zwangsläufig zu einem dauerhaften spannungsgeladenen Widerspruch von Affirmation (*These*) und Negation (*Antithese*) führt. Die radikale Antithese ist die totale Negation, das „Alles-total-Anders-Sein- und -Handeln-Wollen“. Dies führt im bestehenden gesellschaftlichen System regelmäßig in eine Sackgasse bzw. zum Scheitern des alternativen Projekts. Deshalb weist z.B. Rolf Schwendter, einer der profiliertesten Subkultur-Forscher, den Weg zur *Synthese*, der Aufhebung des Widerspruchs durch produktive Entwicklung der Negation unter Beibehaltung progressiver Aspekte der Affirmation (vgl. Schwendter 1993, 192). Gemessen daran kann man konstatieren, dass die Freien Radios in Österreich seit ihrem Bestehen hinsichtlich ihrer Normen, ihrer Institutionen und ihrer Praxis von Anfang an auf dem Weg zur Synthese sind.

Abbildung 2: Normen/Merkmale von Freiheit/Alternativität nicht-kommerzieller Radios als Negation von Normen/Merkmalen kommerzieller Radios

	Kommerzielle Normen	Nicht-kommerzielle Normen
Wirtschaften		
Unternehmensform	Privateigentum an Produktionsmitteln, Unternehmen, Konzern	Entkoppelung von Eigentum und Verfügungsgewalt, Verein, Genossenschaft
Unternehmensziele	Private Profitmaximierung, Warenproduktion, Konsumförderung im Interesse Werbewirtschaft	Kostendeckungsprinzip, Gebrauchswertproduktion, Herstellung von Öffentlichkeit für unterrepräsentierte Interessen/Bedürfnisse, Beitrag zur Emanzipation der Gesellschaft
Finanzierung	Werbung	Mischfinanzierung ohne Werbung
Arbeiten		
Produktionsweise	Arbeitsteilung, Ressorts, Trennung Hand- und Kopfarbeit	Geringer Grad Arbeitsteilung, Rotation, Keine Trennung Hand- und Kopfarbeit
Produktionsverhältnisse	Hierarchisch, Leistungsdruck, Konkurrenz, fremdbestimmt, nicht-kreativ, undemokratisch, intransparent, Kollektivverträge, teilweise prekäre Arbeitsverhältnisse	Nicht-hierarchisch, Minimierung Leistungsdruck, Kooperation/Kollektiv, selbstbestimmt, kreativ, demokratisch, transparent, teilweise Kollektivverträge, teilweise prekäre Arbeitsverhältnisse
Produzieren		
Produkte	Warenproduktion, Formate, Zielgruppenorientierung	keine Warenproduktion, offen-pluralistisch, Minderheiten-Orientierung, Lokalbezug, Kulturbezug, Mehrsprachigkeit
Kommunizieren		
Produzenten – Rezipienten	kein Public Access, keine Aufhebung Trennung Produzent – Rezipient	Public Access, Aufhebung Trennung Produzent – Rezipient

Deshalb wird auch in Abb. 2 die Antithese, die totale Negation, ausgespart und die Darstellung auf die Gegenüberstellung von Affirmation (kommerzielle Radios) und die Verbindung von teilweiser Negation und teilweiser Affirmation (nicht-kommerzielle Radios) konzentriert. Aber auch die aufgeführten nicht-kommerziellen Normen sind zunächst einmal nur idealtypisch im Sinne von „hehren“ Zielen. Deren mehr oder weniger weitgehende Umsetzung in die Praxis steht ständig (zumindest latent) zur Disposition, weil sie unter dem Druck der Widersprüchlichkeit dieser Normen im medialen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfeld steht. Es besteht letztendlich ständig die grundsätzliche Gefahr, dass es zu einem Umschlag durch Anpassung/Integration ins „Establishment“ oder in die „kompakte Majorität“ der Nicht-Alternativität kommt (vgl. Schwendter 1993, 59-62).

„Freies/alternatives Wirtschaften“ etc. soll paradoxerweise trotz privatrechtlicher/wirtschaftlicher Unternehmens- bzw. Organisationsform möglich sein, die ansonsten mehr oder weniger gut begründet zu Recht prinzipiell als ein „Grundübel“ des kommerziellen Mediensystems kritisiert wird. Vorrangiges Ziel Freier Radios ist es deshalb, das Privatwirtschaftliche in seinen bekannten negativen Auswirkungen für die freie Radioarbeit möglichst auszuschalten, zumindest aber abzumildern, indem zum einen gemeinnützige Organisationsformen wie Verein oder Genossenschaft gewählt werden, zum anderen eine „Kapitalneutralisierung“ durch Entkoppelung von Eigentum und Verfügungsmacht über das Eigentum angestrebt wird (vgl. Beywl/Brombach 1982, 556).

Es wird also versucht, in der großen Wüste der kommerziellen Medien eine Art von paradiesischer kleiner Oase aufzubauen und zu erhalten, in der die mit der privatwirtschaftlichen Organisationsform konstitutiv verbundenen, rechtlich zwingenden Grundelemente des kapitalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftssystems „negiert“ oder „umgangen“ werden, damit sie nicht in kontraproduktiver Weise hinsichtlich der angestrebten Freiheit und Alternativität wirksam werden. Prinzipielle Grundelemente, an denen sich die Freien Radios „abarbeiten“ müssen, sind in diesem Zusammenhang:

- die privatwirtschaftliche Produktionsweise mit dem (verfassungs)rechtlich geschützten Privateigentum an den Produktionsmitteln,
- die daraus abgeleitete Verfügungsmacht der EigentümerInnen über die abhängig Beschäftigten (Produktionsverhältnisse als Herrschaftsverhältnisse, Arbeitskraft als Ware) sowie
- das Recht der Bestimmung der Produktionsziele und
- das Recht der Verwertung der Produkte durch die EigentümerInnen (vgl. Knoche 2001, 183-191).

Dass Freie Radios schon allein aufgrund der Organisationsform mit elementaren Widersprüchen konfrontiert sind, ist leicht nachvollziehbar und deshalb schwer zu leugnen. Es soll nicht bestritten werden, dass in der Praxis der Freien Radios diese Widersprüche tendenziell erheblich abgemildert werden, im Gegenteil, dies ist als deren besondere Leistung anzuerkennen, wenn es funktioniert. Dennoch sollte nicht übersehen werden, dass dazu auch eine ständige kraftraubende „Verdrängungsleistung“ zur Aufrechterhaltung

einer „Illusion“ notwendig ist. Dies zeigt sich stets in Konfliktsituationen, in denen die real vorhandenen elementaren Widersprüche zum Vorschein kommen. Wenn also im folgenden die Widersprüchlichkeit von Theorie und Praxis alternativer Radios in den Mittelpunkt gestellt wird, so soll dies nicht Resignation oder Hoffnungslosigkeit fördern, sondern der Bewahrung vor Illusionen und damit einer adäquaten Problemlösung dienen (vgl. dazu „Beispiele gegen die Resignation“ in Hollstein/Penth 1980). Das unvermeidbare Aufbrechen dieser Widersprüche durchzieht nicht zufällig die gesamte Geschichte alternativer Medien. Dies kann nicht überraschen, wenn man die Grundsätzlichkeit und Schwergewichtigkeit dieser Widersprüche ernst nimmt. Denn es gibt viele Belege für die Erkenntnis, dass jede noch so ehrenwerte Intention und jeder noch so entschlossene Umsetzungsversuch eines alternativen Projekts über kurz oder lang bis zur existenzbedrohenden Zerreißprobe z.B. mit dem Widerspruch von Marktmechanismen und Emanzipationsansprüchen konfrontiert wird (vgl. Kraushaar 1986, 88). Nach Schwendter „ist dies keinesfalls zufällig: kaum ein Punkt im Alltagsleben alternativer Projekte, der nicht umstritten prekär, in sich widersprüchlich wäre“ (Schwendter 1986b, 259).

Ebenfalls nicht zufällig haben gerade Versuche der realen Bewältigung des in der Regel verdrängten Grundwiderspruchs der „Privatwirtschaftlichkeit“ – im Zusammenwirken mit den daraus folgenden weiteren Widersprüchen – in der Praxis in den meisten Fällen zu einer von zwei „Lösungen durch Scheitern“⁶ geführt: Entweder gänzliche Aufgabe des nicht-kommerziellen Projekts durch Beendigung desselben oder durch Übergang zur Kommerzialisierung, auch verharmlosend Professionalisierung genannt (vgl. u.a. zur diesbezüglichen Entwicklung der Alternativpresse Beywl 1982, 30-31).

Exkurs: Beispielhafter aktueller Konflikt bei Radio Orange Wien

Die grundlegende Problematik kann hier kurz anhand eines aktuellen Konflikts bei Radio Orange 94.0 (Wien) beispielhaft aufgezeigt werden, bei dem die mit der privatwirtschaftlichen Organisationsform verbundenen freiheitsbeschränkenden Abhängigkeiten sichtbar werden⁷ (vgl. eine Dokumentation der „Betroffenen“ hierzu bei <http://www.orange.or.at/feature/konflikt>, aufgerufen am 26. 1. 2004). Dieser Konflikt entzündete sich gerade am aufgezeigten Grundwiderspruch der privatwirtschaftlichen Organisationsform: Der Vorstand des vierköpfigen HerausgeberInnenvereins (HGV), der TrägerIn der Sendelizenz und EigentümerIn der Radio-Infrastruktur ist, will mit Hinweis auf sein „Eigentümer-Risiko“ (u.a. Kredithaftung) seine daraus rechtmäßig abgeleitete Verfügungsmacht über die abhängig Beschäftigten einsetzen sowie die Produktionsziele und die Organisation der Produktion bestimmen. In bestimmter Weise in Frage gestellt sind also die in Abb. 2 aufgeführten Essentials für Freiheit und Alternativität eines Freien Ra-

6) Das Scheitern soll hier nicht resignativ als zwangsläufig dargestellt werden; positiv gewendet kann das reale vielfache Scheitern als Maßstab für die große Leistung derer genommen werden, die als alternatives Projekt „überleben“.

7) Es handelt sich hierbei um einen prototypischen Konflikt von grundsätzlicher Bedeutung, der in ähnlicher Weise in der Geschichte alternativer Medienprojekte häufig aufgebrochen ist.

dios: die alternativen Produktionsziele, Produktionsweisen, Produktionsverhältnisse und Produktionsinhalte. Vom HGV wird mit Hinweis auf die mangelnde „operative Handlungsfähigkeit“ und deshalb zu befürchtende Gefährdung des gesamten Projekts „Professionalität“ eingefordert, was im Klartext nichts Anderes heißt als eine gewisse Unterordnung unter die „normalen“ Bedingungen privatwirtschaftlicher Unternehmen bzw. Betriebe.

Dabei wird vom HGV das „Ende der GründerInnenzeit“ ausgerufen, verbunden mit der „Vision“, mit Hilfe einer gründlichen Veränderung der bisherigen „operativen Organisation“ ein auf Dauer überlebens- und arbeitsfähiges Projekt zu befestigen. Ziel ist es, eine insbesondere von den abhängig Beschäftigten ausgeübte und nach wie vor eingeforderte alternative Praxis zu beenden, zumindest zu modifizieren, die von Seiten der EigentümerInnen als Ursache für ein zu befürchtendes Scheitern des Projekts genannt wird. Dagegen und besonders gegen die vom HGV ausgesprochene aktuelle Kündigung eines Mitarbeiters wehren sich die beim Radio bezahlten Beschäftigten, die sich in der Tat in mehrfacher Weise in „prekären Arbeitsverhältnissen“ befinden. Es kommt also bei diesem Konflikt alles, was permanent negiert, verleugnet oder verdrängt wird, zum Vorschein: Rechtlich abgesicherte „Eigentümersmacht“, Unterbezahlung, Arbeitsbelastung, „Selbstausschöpfung“, informelle Hierarchien, Probleme der Aufhebung der Arbeitsteilung, Intransparenz der Entscheidungsstrukturen, Durchsetzung von Einzel-/Partikular-Interessen, Abhängigkeiten, Finanzierungsprobleme etc.

Auch wenn hier anhand des aktuellen Konflikts die grundsätzliche Widersprüchlichkeit diskutiert wird, die sich aus der privatwirtschaftlichen Organisationsform der Freien Radios ergibt, so soll damit nicht eine prinzipielle „Gleichheit“ mit kommerziellen Radios ausgedrückt werden. Im Unterschied zu den EigentümerInnen kommerzieller Radios sind die EigentümerInnen Freier Radios (jedenfalls bisher auch bei Radio Orange) als gewählte Vereinsmitglieder⁸ ehrenamtlich tätig und profitieren nicht im Sinne der privaten Gewinnerzielung. Außerdem gibt es interne Partizipations- und Mitbestimmungsstrukturen (auch von außen in Form eines MitarbeiterInnen/AbonnentInnen-Vereins). Grundsätzlich ist es jedoch auf Basis der privatwirtschaftlichen Organisationsform rechtlich jederzeit möglich, dass die Lizenzträger und Vereinsvorsitzenden zu „richtigen“ MedienunternehmerInnen mutieren und das Freie Radio in ein „richtiges“ Medienunternehmen umwandeln. Dies soll nicht als Ziel des HGV im gegenwärtigen Radio Orange-Konflikt unterstellt, sondern nur als prinzipielle Möglichkeit aufgezeigt werden. Konkrete Beispiele dafür gibt es allerdings in der Entwicklungsgeschichte alternativer Projekte zur Genüge.

8) Allerdings besteht der Verein nur aus sechs Mitgliedern, von denen vier den Vorstand bilden; weitere Mitglieder werden nicht aufgenommen.

4 Zusammenfassung und Ausblick

Zusammenfassend kann man feststellen, dass der Grad der Radikalität der Alternativität Freier Radios gemessen an allen genannten Kriterien fast ausnahmslos gering ist im Vergleich zu den bislang praktizierten Modellen Alternativer Öffentlichkeit und Alternativer Medien, die historisch gesehen durch eine Entwicklung von Modellen der Gegenöffentlichkeit, der Gegenmedien, der Bewegungsmedien, der Alternativmedien bis hin zu den Freien Radios als Komplementärmedien gekennzeichnet sind. Dies kann aus einer Position, die einen hohen Grad an Radikalität als erforderlich, legitim und zielführend erachtet und dementsprechend einen geringen Grad an Radikalität als „Verrat“ und/oder „Anpassung“ einstuft, fundamental kritisiert werden. Aus einer Position dagegen, die unter Berücksichtigung der gegenwärtigen gesellschaftlichen Verhältnisse (Macht, Bewusstseinsstrukturen, Bedürfnisse etc.) einen geringeren Grad an Radikalität für erforderlich, legitim und zielführend hält, kann das gegenwärtige Konzept der Freien Radios als ein gangbarer Weg „des Machbaren“ im Sinne der Zielerreichung oder sogar als einzig möglicher Weg gelobt werden. Die Grenze der zweitgenannten Position ist allerdings dann erreicht, wenn sichtbar wird, dass der gangbare Weg nicht oder nur minimal zur Erreichung der deklarierten Ziele führt. Der Druck in Richtung „Aufgeben der ursprünglichen Ziele“ kommt von zwei entgegengesetzten Seiten: von Seiten der „Alternativen“ selber, die aufgrund der Nicht-Bewältigung der Widersprüche und fehlender Existenzsicherung aufgeben (müssen), und von Seiten der „Etablierten“, die mit allen Mitteln ständig auf (Re)integration der „Alternativen“ drängen (vgl. dazu Beispiele bei Schwendter 1993, 67-75) oder, wenn dies nicht gelingt, deren „Eliminierung“ oder Isolierung betreiben (am Beispiel der GRÜNEN in Deutschland vgl. Knoche 1999a, 429-434).

Es zeigt sich bei genauerer Analyse, dass es auch für nicht-kommerzielle Radios, soweit sie privatwirtschaftlich organisiert sind, im bestehenden Medien-, Wirtschafts- und Gesellschaftsumfeld keine prinzipielle, schon gar nicht maximale Staats-, Markt- und Kapitalunabhängigkeit (wie idealtypisch oft angenommen) gibt und auch nicht geben kann. Da Märkte gegenwärtig grundsätzlich als nahezu alleinige Regulative für wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen gelten, ist mit der Kommerzialisierung auch das Prinzip der Quantität (Mehrheit, Quote) als alles beherrschendes Lenkungsinstrument, auch für die Demokratie, verankert. Ohne Legitimierung durch eine „große Zahl“ ist kaum noch etwas möglich, schon gar nicht die Sicherung einer ökonomischen Existenz. Als Überlebensstrategien für Freie Radios bieten sich deshalb theoretisch drei, zum Teil entgegengesetzte Vorgehensweisen an:

- entweder eine weitgehende *Anpassung* (unter weitgehendem Verzicht auf „Alternativität“) an die bestehenden und sich weiter entwickelnden stark kommerziell geprägten Marktverhältnisse („Selbstkommerzialisierung“); einem Erfolg steht hier allerdings die Marktmacht kommerzieller Medien im Weg;

- oder eine *Veränderung der Marktverhältnisse* durch Vergrößerung der Märkte für „Alternativen“; diese „Eroberung“ der Märkte ist bei nüchterner Betrachtungsweise in absehbarer Zeit nicht als erfolgsversprechend anzusehen;
- oder eine *partielle Markt Anpassung an Minderheiten-Märkte* (unter weitest möglicher Beibehaltung von „Alternativität“) mit Nischen-Dasein und Nischen-Produktion; dann stellt sich jedoch verstärkt die Finanzierungs- und damit die Existenzfrage.

Die letztgenannte Überlebensstrategie ist diejenige, die von den Freien Radios in Österreich zur Zeit und wohl auch noch in nächster Zukunft angewandt wird. Damit ein wenigstens marginales Überleben gesichert werden kann, muss aus den genannten Gründen ungefähr in dem Ausmaß wie bisher eine wohlkalkulierte und wohl dosierte Freiheitsbeschränkung und Abhängigkeit von Staat, Markt und Kapital, gleichzeitig aber auch eine weitgehende Marginalisierung „in Kauf genommen“ werden. Im herrschenden politischen Kontext werden jedoch höchstwahrscheinlich über kurz oder lang auch die Freien Radios von den alles beherrschenden „Marktzwängen“ eingeholt werden, d.h. eine Berufung auf Minderheiten-Märkte und Nischen-Dasein ist auf Dauer kaum eine sichere Legitimationsgrundlage zur Erlangung von staatlichen Subventionen und keine ausreichende wirtschaftliche Basis für ein erfolgreiches Fundraising.

Dies alles ist sicherlich nicht förderlich für die Erfüllung von noch vorhandenen individuell-subjektiven Bedürfnissen und gesellschaftlich-objektivierbarem Bedarf nach radikalerer, „rücksichtsloserer“, nach gesellschaftlicher Veränderung strebender Alternativität. Aber jedes „alternative Projekt“ bedarf einer Anpassung an die gesellschaftlichen Verhältnisse und das heißt derzeit: an eine durch und durch kapitalisierte Gesellschaft neoliberaler Prägung. Die „systemadäquate“ Alternative wäre, dass das „alternative Projekt“ Selbstzweck ist. Dies mag unter dem Anspruch einer (Selbst)verpflichtung zur Initiierung von gesellschaftlichen Veränderungsprozessen negativ beurteilt werden. Unter dem Gesichtspunkt, dass es wenigstens für die Beteiligten – Radio-Produzenten und -Rezipienten – einen („guten“, z.B. Existenz sichernden und vielleicht sogar emanzipatorischen) Zweck erfüllte, könnte es jedoch durchaus positiv bewertet oder wenigstens akzeptiert werden. Eine bessere Alternative wäre eine veränderte Gesellschaft als Basis für das Gedeihen Freier Radios [...], aber damit ist die leidige „Henne-Ei-Problematik“ angesprochen.

Literatur

- Anheier**, Helmut K. (2001): Der Dritte Sektor in Europa: Wachstum und Strukturwandel. In: **Priller**, Eckhard/**Zimmer**, Annette (Hg.). Der Dritte Sektor international: mehr Markt – weniger Staat? Berlin: Sigma, 57-74.
- Beywl**, Wolfgang (1982): Die Alternativpresse – ein Modell für Gegenöffentlichkeit und seine Grenzen. In: Politik + Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung „Das Parlament“, B 45 v. 13.11.1982, 18-31.
- Beywl**, Wolfgang (1991): Selbstorganisierte Betriebe im Kontext neuer sozialer Bewegungen. Zum sichtbaren Teil der alternativen Ökonomie. In: **Roth**, Roland/**Rucht**, Dieter (Hg.). Neue soziale Bewegungen in der

- Bundesrepublik Deutschland. 2., überarb. u. erw. Aufl., Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 280-297.
- Beywl**, Wolfgang/**Brombach**, Hartmut (1982): Kritische Anmerkungen zur Theorie der Alternativpresse. In: Publizistik, 27, 551-569.
- Burens**, Peter-Claus (1998): Der Spendenknigge. Erfolgreiches Fundraising für Kultur, Sport, Wissenschaft, Umwelt und Soziales. München: Beck.
- Dorer**, Johanna (1992): Autonome Medien. Medienvielfalt ohne Lobby. In: Medien Journal, 2, 82-91.
- Eurich**, Claus (1980): Gegen- oder Komplementär-Medien? Zu Gegenstand, Funktion und Ursache „Alternativer“ Kommunikation. In: Jarren, Otfried (Hg.). Stadtteilzeitung und lokale Kommunikation. München/New York/London/Paris: Saur, 13-37.
- Haibach**, Marita (2002): Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, völlig überarb. u. akt. Neuauf., Frankfurt aM./New York: Campus.
- Hollstein**, Walter (1981): Die Gegengesellschaft. Alternative Lebensformen. Hamburg: Rowohlt.
- Hollstein**, Walter/**Penth**, Boris (1980): Alternativ-Projekte. Beispiele gegen die Resignation. Hamburg: Rowohlt.
- Jarren**, Otfried/**Meier**, Werner A. (Hg.) (2001): Ökonomisierung der Medienindustrie: Ursachen, Formen und Folgen. Themenheft Medien & Kommunikationswissenschaft, H.2, 49.
- Knoche**, Manfred (1999a): Symbiotisch-strategische Realitätskonstruktion. Der erstmalige Einzug der GRÜNEN in den Deutschen Bundestag 1983 als zeitgeschichtliches Schlüsselereignis für Politik und Medien. In: **Wilke**, Jürgen (Hg.). Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz: UVK Medien, 427-441.
- Knoche**, Manfred (1999b): Das Kapital als Strukturwandler der Medienindustrie – und der Staat als sein Agent? Lehrstücke der Medienökonomie im Zeitalter digitaler Kommunikation. In: **Knoche**, Manfred/**Siegert**, Gabriele (Hg.). Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation. München: R. Fischer, 149-193.
- Knoche**, Manfred (2001): Kapitalisierung der Medienindustrie aus politökonomischer Perspektive. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 49, 177-194.
- Knoche**, Manfred/**Lindgens**, Monika (1993): Grüne, Massenmedien und Öffentlichkeit. In: **Raschke**, Joachim (Hg.). Die Grünen. Wie sie wurden, was sie sind. Köln: Bund-Verlag, 742-768.
- Knoche**, Manfred/**Grisold**, Andrea/**Hirner**, Wolfgang/**Lauggas**, Meike/**Wagner**, Ulrike (2001): Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich. Unveröffentl. Forschungsbericht. Salzburg: Institut für Kommunikationswissenschaft.
- Kraushaar**, Wolfgang (1986): Thesen zum Verhältnis von Alternativ- und Fluchtbewegung. In: **Schwendter**, Rolf (Hg.). Die Mühen der Berge. Grundlegungen zur alternativen Ökonomie, Teil 1. München: AG Spak, 88-94.
- Oy**, Gottfried (2001): Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Schwendter**, Rolf (1986a): Notate zur Kritik der alternativen Ökonomie. In: **Schwendter**, Rolf (Hg.). Die Mühen der Berge. Grundlegungen zur alternativen Ökonomie, Teil 1. München: AG SPK Bücher, 61-83.
- Schwendter**, Rolf (1986b): Notate zu den Mühen der Ebenen. In: **Schwendter**, Rolf (Hg.). Die Mühen der Ebenen. Grundlegungen zur alternativen Ökonomie, Teil 2. München: AG-SPAK, 259-267.
- Schwendter**, Rolf (1993): Theorie der Subkultur. 4. Aufl. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt.
- Simsa**, Ruth (Hg.) (2001): Management der Nonprofit Organisation. Gesellschaftliche Herausforderungen und organisationale Antworten. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Stamm**, Karl-Heinz (1988): Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Weichler**, Kurt (1987): Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation. Berlin: Vistas.

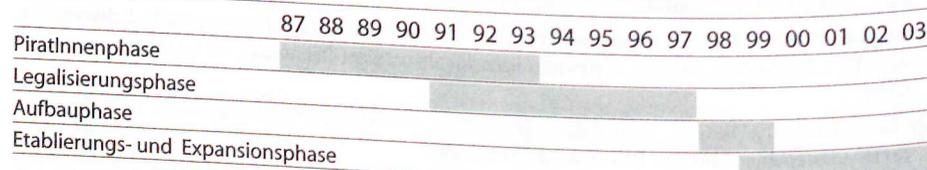
Vom PiratInnenradio zum Freien Radio

Der lange Weg zur Lizenz

Die Entstehung und Etablierung Freier Radios in Österreich hing sehr stark mit der PiratInnenradiobewegung der 1990er Jahre zusammen. In einigen anderen europäischen Ländern, wie etwa Schweden (vgl. Kleinsteuber 1991), wurde Freies Radio ohne den Druck von unten relativ unproblematisch gesetzlich ermöglicht. In Österreich gäbe es Freie Radios nicht ohne den jahrelangen Kampf der RadiopiratInnen. Im November 2003 sind in Österreich elf Freie Radios on air, eine gesetzliche Verankerung im Privatradiogesetz gibt es aber weiterhin genauso wenig wie eine abgesicherte Finanzierung.

Die Entstehung der Freien Radios in Österreich kann in vier Phasen eingeteilt werden, wobei diese Phasen sich teilweise überlappen. Die erste Phase beginnt 1987 mit der PiratInnenphase. Die Legalisierungsphase dauert von 1991 bis 1997. Sie beginnt mit der Gründung von Vereinen und endet 1997 mit den erfolgreichen Vergaben von Lokalradiolizenzen an Freie Radios. 1998–99 ist die Aufbauphase, in der die Freien Radios teilweise mit sehr beschränkten finanziellen Mitteln auf Sendung gehen. Ab 1999 kann man von einer Etablierungs- und Expansionsphase sprechen.

Abbildung 1: Entwicklungsphasen der Freien Radios in Österreich



1 PiratInnenphase

PiratInnenradio hat in Österreich eine lange Tradition. Schon in der 1. Republik gab es aufgrund der Unzufriedenheit mit der RAVAG, der Vorgängerin des ORF, PiratInnenradios des sozialdemokratischen Freien Radiobundes. Es gab sogar Forderungen nach Legalisierung proletarischer Radiosender, diese wurden aber von der SDAP wieder fallengelassen, da sie auf eine stärkere Einbindung in die RAVAG setzte (vgl. Brunner-Szabo 1995, 194ff).

Die ersten RadiopiratInnen der Zweiten Republik waren die Macher von Ö-Frei. Sie sendeten ab Dezember 1979 in Graz. Erst nach 4 Sendungen von je 15 Minuten gelang es der Fernmeldebehörde, die PiratInnen anzupeilen und den Sender zu beschlagnahmen. Die RadiopiratInnen konnten nicht festgenommen werden (vgl. Sedlaczek 1980, 7).

1.1 Die FERL¹ als Initiatorin für die Freien Radios in Österreich

Nach diesen kurzen Störungen des Monopols gab es erst wieder 1987 RadiopiratInnen. Einige der damaligen AktivistInnen sind immer noch bei den heutigen Freien Radios aktiv. Im Herbst 1987 sendete *Radio Sozialfriedhof* und *Radio Sprint* in Wien über Studentenstreiks und die Demonstration gegen Sozialabbau. *Radio ÖGB-Österreich geht's blendend* berichtete über die Situation der verstaatlichten Industrie in Linz sowie in Tei-blenden der Steiermark. *Radio Rücktritt* berichtete im Februar 1988 über die Anti-Waldheimen der Kundgebung am Stephansplatz unter dem Motto *Go, Kurti, go*. Hinter den Radios mit den verschiedenen Namen verbarg sich eine einzelne Gruppe von PiratInnen, die in Kontakt mit der Föderation europäischer Freier Radios (FERL) stand (vgl. Profil 8/1988, 24f). Nach monatelangem unentdecktem Senden wurde Anfang März 1988 dann in Wien ein Sender beschlagnahmt und dabei der Student Helmut P. und der Schweizer Staatsbürger Christoph L. festgenommen (vgl. Neue Volkszeitung vom 8.3.1988, 7).

Im Februar 1989 veranstaltete die FERL ein Roundtable-Gespräch zum Thema Medienfreiheit in Österreich und Europa. Dieses Roundtable-Gespräch wurde auch über die Frequenz 103,5 MHz unter dem Sendernamen „Radiofrühling“ live übertragen, allerdings nur wenige Minuten. Der Sender wurde von der eintreffenden Funküberwachung beschlagnahmt. Doch kurz nachdem der Radiofrühling off air gehen mußte, meldete sich auf derselben Frequenz auf einmal *Radio Notwehr*. *Radio Notwehr* sendete noch ca. eine Viertelstunde Stellungnahmen von Prominenten wie Dietmar Schönherr, Konstantin Wecker oder Friedrich Dürrenmatt zur Notwendigkeit Freier Radios in Österreich (vgl. Falter vom 23.2.89, 10).

Vom 16.–20. 5. 1991 veranstaltete die FERL ihren 3. Kongreß in Wien und St.Primus/Kärnten, der unter der Schirmherrschaft des Europarates stand. Über 300 Personen aus 16 europäischen Staaten nahmen daran teil (vgl. FERL 1991, 3). Viele der österreichischen Teilnehmer waren in den folgenden Jahren an der Legalisierung des Freien Radios in Österreich beteiligt.

1.2 Kontinuierlicher Sendebetrieb in Wien

Ostern 1991 begann dann die bisher längste PiratInnenphase. Der am 31.3.1991 in Wien veranstaltete PiratInnentag war der erste Sendetag. *Radio Boiler* startete mit einem 15-minütigem Wochenmagazin (vgl. Danmayr 1995, 285). *Radio Boiler* bekam bald Unterstützung. Am 12. 6. 1991 startete *Radio Filzlaus – das erste Wiener Warmenradio*, dann

1) Föderation Europäischer Freier Radios.

folgten *Radio Hotzenplotz* und *Radio Breifrei*. Von Anfang an ging es den PiratInnen um die Durchsetzung politischer Ziele. So forderten sie, dass in einem neuen Rundfunkgesetz auch kleine nichtkommerzielle Radios und deren finanzielle Förderung festgeschrieben werden. Von Seiten des Staates wurde von Anfang an mit unverhältnismäßigen Mitteln auf die PiratInnen reagiert. So wurde schon am Anfang der PiratInnenzeit gegen diese mit Hubschraubern vorgegangen (vgl. Falter vom 20/1991, 11).

Die in der „Pressure Group Freies Radio“ zusammengeschlossenen PiratInnen sendeten auf Grund der steigenden Anzahl der PiratInnengruppen ab Oktober 1991 statt eines wöchentlichen Programmes ein Programm von Montag bis Freitag jeweils ab 18 Uhr. Im Oktober war die Anzahl der PiratInnengruppen in Wien schon auf sieben gewachsen (vgl. Der Standard vom 30.9.1991, 6).

Im Juni 1992 gab es in Wien bereits 25 Radiogruppen, die insgesamt 40 Stunden gestalteten. Es gab ein tägliches Kulturveranstaltungsprogramm, ein Frühstücksradio und sonntags eine Gemeinschaftssendung der RadiopiratInnen. Zur besten Zeit im Herbst/Winter 1992/93 war wöchentlich ein 55-Stunden-Fixprogramm zu hören, montags bis freitags von 17–24 Uhr und am Wochenende von 14–24 Uhr. Fixe Sendungen waren etwa ANNA – die Anderen Nachrichten, RAMS – Kunst und Experimentalradio, Audimax – StudentInnenradio, Sisters in Voice – Frauen und Lesbenradio, Archäopterix – Umweltschutz- und Fahrradmagazin, Bastard – SchülerInnenradio, die tägliche 2-stündige Musikschiene jeweils mit anderem Schwerpunkt (z.B. Hip Hop, Independent, Frauen, Jazz) und viele andere mehr (vgl. Danmayr 1995, 285).

Ende 1992 verschärfte sich die Verfolgungssituation durch die Funküberwachung dramatisch. Dies stand in Zusammenhang mit dem Regionalradiogesetzesentwurf, in dem Freie Radios nicht vorgesehen waren. Am 3. März 1993 beschlagnahmte die Funküberwachung die insgesamt fünfundzwanzigste UKW-Sendeanlage samt Studioausrüstung in der Wiener Hochschule für Angewandte Kunst. Zeitgleich fanden im Büro der „Pressure Group Freies Radio“ sowie in mehreren Privatwohnungen Hausdurchsuchungen statt (vgl. vom Kurier 5.3.93, 13). In der Zeit von 1991 bis 1993 wurden in Wien insgesamt 34 Sendeanlagen beschlagnahmt. Im Juli 1993 mußte der regelmäßige Betrieb aufgrund dieser Materialschlacht, die die PiratInnen an die Grenze ihrer finanziellen Möglichkeiten brachte, eingestellt werden. Auch die Heraufsetzung der Höchststrafe für illegales Senden im Fernmeldegesetz von 5.000 auf 100.000 öS war darauf aus, die PiratInnenzeit zu beenden. Ab diesem Zeitpunkt konzentrierten sich die Wiener, aber dann auch die PiratInnen in den Bundesländern auf die legale Arbeit zur Umsetzung ihrer Forderung nach Freiem Radio in Österreich. Von Anfang an war es aber auch eine Strategie der Wiener PiratInnen, Initiativen in den Bundesländern sowohl finanziell als auch technisch zu unterstützen, um das Projekt „Freie Radios“ in ganz Österreich voranzutreiben. Dies führte zu einer lebhaften PiratInnenszene auch in den Bundesländern.

1.3 PiratInnenaktivitäten in den Bundesländern

Schon kurz nachdem die PiratInnen in Wien ihren regelmäßigen Sendebetrieb aufgenommen hatten, ging in Vorarlberg am 14.4.1991 ein PiratInnensender on air, der jedoch zwei Wochen später seinen Betrieb wieder einstellen mußte. Ab Sommer 1991 kommt es dann zu einer Reihe von PiratInnenaktivitäten. Im August startete *Radio Free Gsiberg* in Dornbirn. Im September folgte *Radio Lästig* in Feldkirch und im Dezember gingen *Radio Föhn* in Bregenz und *Radio Mikrowelle* in Bludenz on air. Als zweiter Sender in Bludenz nahm dann *Radio Katzazua* am 29.12.1991 den Betrieb auf (vgl. Flugblatt Free the Airwaves, 1). Wie in den anderen Bundesländern forderte man auch in Vorarlberg die Legalisierung der Freien Radios und dessen Finanzierung über einen Radiofonds, wie im alternativen Gesetzesentwurf der „Pressure Group Freies Radio“ vorgesehen war (vgl. Kurier vom 28.1.1991, 16).

In Innsbruck sendete der *Radiotor* sein wöchentliches Programm. Seit Februar 1992 wurde das PiratInnenprogramm jedoch von *Radio Maria* überlagert. Dies ist ein katholischer italienischer Sender, der sich jedoch keiner Schuld bewußt war. Die PiratInnen verdächtigten die österreichische Post, dass diese mit ihren starken Sendeanlagen das Signal von Radio Maria ausstrahlte, um die PiratInnen zur Aufgabe zu bewegen (vgl. Salto vom 18.12.92, 6).

In Oberösterreich sendeten seit Herbst 1991 die *Offene Radio Frequenz* in Linz und die *Joseph K. Noyce Radio Show* im Bezirk Perg je eine Viertelstunde pro Woche. 1992 nahmen *Radio Schtarkschtröm* in Steyr, *Radio Understone* in Gmunden und *Radio Wurschtinsel* in Wels ihren Betrieb auf. Nach anfänglicher Euphorie wurde der Betrieb aufgrund der Verfolgung durch die Funküberwachung bald wieder eingestellt, und man konzentrierte sich auf die Legalisierung (vgl. Baratsits 1995, 290).

In Kärnten sendete *Radio AGORA* eine Woche vor den Landtagswahlen im März 1989 von Italien aus ein täglich 8-stündiges Programm unter dem Namen *Das Andere Radio Für Kärnten/Drugacni radio za Koroska*. Neben aktuellen politischen Fragen lagen die Schwerpunkte auf der Vorstellung regionaler Initiativen im kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Bereich. Nach dieser intensiven Startphase sendete das *Andere Radio* als legaler Sender nach italienischem Recht fast 2 Jahre jeden Sonntag zweisprachige Sendungen (vgl. Peissl 1995, 277f).

Seit 27.2.1992 sendete in Graz *Radio Z'arg* wöchentlich ein ca. halbstündiges Programm. Technische Unterstützung erhielt es wie die anderen auch (außer AGORA, die über das Know-How verfügten) von den Wiener PiratInnen. Kurz später starteten *Radio Dauerwelle* und dann die Mürztaler PiratInnen *Radio Flor*, die bei ihrer Premiere in Graz Ende März gleich von der Funküberwachung erwischt wurden (vgl. Neue Zeit vom 27.3.1992, 6). In Salzburg ging am 23.11.1992 *Radio Bongo 500* wöchentlich mit einem halb- bis einstündigen Programm auf Sendung (vgl. Der Standard vom 23.11.92, 12). Illegale PiratInnenradioaktivitäten waren bei konsequenter Verfolgung durch die Funküberwachung über einen längeren Zeitraum schwer aufrechtzuerhalten. Allen Initiati-

ven war gemeinsam, dass sie spätestens im Sommer 1993 den Betrieb einstellten und dann auf legalem Weg versuchten, das Ziel „Freies Radio in Österreich“ durchzusetzen.

2 Legalisierungsphase

2.1 Ein alternativer Gesetzesentwurf

Neben der illegalen Sendetätigkeit gab es von Anfang an medienpolitische Aktivitäten der RadiopiratInnen. So wurde der Öffentlichkeit schon im Dezember 1991 ein gemeinsam mit der Föderation Europäischer Freier Radios (FERL) und den Grünen ausgearbeiteter alternativer Gesetzesentwurf für Privatrado präsentiert. In diesem ersten Alternativentwurf sollten die vorhandenen freien Frequenzen zu gleichen Teilen zwischen kommerziellen und Freien Radios aufgeteilt werden (vgl. Entwurf für ein Privatradiogesetz 1991, § 3 Abs. 4).

In § 5 wurden die Aufgaben von Freien Radios festgelegt:

[...]Die Freien Radioveranstalter/innen haben insbesondere den Auftrag, ethnischen, kulturellen, sozialen und anderen Minderheiten oder benachteiligten Bevölkerungsgruppen den Zugang zum Recht auf freie Meinungsäußerung zu sichern und zur Stärkung der demokratischen Diskussion auf lokaler und regionaler Ebene beizutragen. (Entwurf für ein Privatradiogesetz 1991, § 5)

Schließlich war eine Finanzierung der Freien Radios über einen Radiofonds vorgesehen, der sich aus einer dreiprozentigen Abgabe auf Werbeeinnahmen von ORF und kommerziellen Radios speisen sollte (vgl. Entwurf für ein Privatradiogesetz 1991, § 23). Dieser Entwurf wurde jedoch von den Regierungsparteien in keiner Form behandelt, geschweige denn berücksichtigt.

2.2 Der Fall AGORA vor dem EuGH

AGORA war einer der Kläger gegen das Rundfunkmonopol aufgrund des Artikel 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention. Dieser Artikel war ausschlaggebend für die Verurteilung der Republik Österreich durch den Europäischen Gerichtshof am 24. 11. 1993. Mit diesem Urteil wurde der Beschwerde der fünf Kläger – Informationsverein Lentia 2000, Verein AGORA, Radio Melody GmbH, Wilhelm Weber und Jörg Haider – stattgegeben.

Das Freie Radio AGORA hatte im Herbst 1989 bei der Postdirektion Klagenfurt einen Antrag auf Erteilung einer Sendelizenz für ein nichtkommerzielles mehrsprachiges Radio in Südkärnten gestellt. Da dieser Antrag aufgrund der Rechtslage keine realistischen Chancen auf Erfolg hatte, erhob AGORA gleichzeitig vor der Europäischen Menschenrechtskommission in Straßburg Beschwerde gegen das Rundfunkmonopol (vgl. Peissl 1995, 279). AGORA ging es dabei im Gegensatz zu den Klägern *Radio Melody*,

Wilhelm Weber und Jörg Haider nicht um kommerzielles Radio, sondern um die Durchsetzung von nichtkommerziellem Minderheitenradio.

2.3 Gründung von Vereinen und Bewerbung um Lizenzen

Schon im Jahr 1992 wurde in Wien die „Pressure Group Freies Radio“ gegründet. Sie war zunächst noch nicht als Verein organisiert, da die Vereinsbehörden wohl auf politischen Druck die Gründung eines solchen Vereins untersagten. 1993 wurde dann der Verein „Freies Radio Wien“ ins Leben gerufen, dessen Ziel es war, eine eigene Lokalradiolizenz zu erhalten. Zur selben Zeit wurden auch in den anderen Bundesländern Vereine mit den selben Zielen gegründet. Da im Juli 1993 das Regionalradiogesetz im Nationalrat beschlossen worden war, was den Startschuss zur Privatisierung im Radiobereich setzte, beschlossen die Piratenradios, ihre Tätigkeiten einzustellen und sich voll auf die legale Arbeit zur Erreichung einer Lizenz zu konzentrieren (vgl. Hirner 1999, 66).

Auch in der Begutachtungsphase des Regionalradiogesetzesentwurfes 1993 waren die Freien Radios sehr aktiv. Einerseits gaben sie detaillierte Stellungnahmen zum Entwurf ab. Andererseits übernahmen andere Organisationen in ihren Stellungnahmen Positionen der Freien Radios. Die gesetzliche Verankerung der Freien Radios forderten in ihren Stellungnahmen 1993 die Bundesländer Salzburg und Steiermark, der Österreichische Gewerkschaftsbund, die Institute für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Salzburg und Wien, die Österreichische Hochschülerschaft, der österreichische Bundesjugendring, der österreichische Privatradioverband, der Verband für elektronische Medien, die interuniversitäre Arbeitsgruppe Universitätsradio in Graz, die rechtswissenschaftliche Fakultät der Universität Salzburg, die Österreichische Rektorenkonferenz und die Sozialistische Jugend (vgl. Götschl 1996, 180).

Es bewarben sich schließlich 154 Gruppen, davon acht Freie Radioinitiativen um neun Lizenzen: Verein zur Förderung der Medienvielfalt in Vorarlberg, Verein Freirad, Medienprojektverein Steiermark, AGORA, Verein Freies Radio Salzburg, Radio FRO-Freies Radio Oberösterreich, Verein MORA und das Freie Radio Wien (vgl. Hirner 1999, 67). Im Jänner 1995 wurden die Regionalradiolizenzen vergeben, und zwar in jedem Bundesland eine Lizenz, in Wien zwei Lizenzen, wobei außer in Salzburg und der zweiten Wiener Lizenz überall die Gesellschaften mit Beteiligung der jeweils marktbeherrschenden Printmedien zum Zuge kamen.

2.4 Verfassungsgerichtshofurteil und neues Regionalradiogesetz

Etlliche Bewerber, die keine Lizenz erhalten hatten, darunter auch die nichtkommerziellen Freien Radios, legten Beschwerde beim Verfassungsgerichtshof ein. Im Mai 1995 erkannte der Verfassungsgerichtshof auf aufschiebende Wirkung der Klagen, was bedeutete, dass die Lizenzinhaber nicht auf Sendung gehen konnten, außer in Salzburg (*Radio Melody*) und in der Steiermark (*Antenne Steiermark*), wo es zu einer Einigung

mit den Klägern kam. In der Folge hob der Verfassungsgerichtshof die Lizenzen wieder auf, was zu einem neuen Regionalradiogesetz führte (vgl. Danmayr et al. 1995, 11f).

Die Position der Kläger gegenüber den Lizenzinhabern war wegen der aufschiebenden Wirkung der Klage sehr stark. Sie konnten damit den Senderstart der Lizenzinhaber auf Jahre verzögern. In der Steiermark zog das *Freie Radio Steiermark* die Verfassungsgerichtshofsklage zurück und erhielt dafür ein wöchentliches fünfstündiges Sendefenster bei der *Antenne Steiermark* jeweils sonntags von 20–1 Uhr. Unter dem Namen *Radio Helsinki* ging dieses somit als erstes Freies Radio Ende September 1995 auf Sendung. Für die anderen Freien Radios hieß es: bitte warten!

Bis zu der Neufassung des Privatradiogesetzes und zur Neuausschreibung von Regional- und Lokalradiolizenzen 1997 war die Zahl der nichtkommerziellen Freien Radioinitiativen auf zwölf gestiegen, die alle einen Antrag auf Lizenzerteilung stellten. Ganz wesentlich bei der Durchsetzung von Freiem Radio in Österreich war die gute Zusammenarbeit der einzelnen Freien Radioinitiativen untereinander, welche seit Beginn der PiratInnenzeit bestand und im Jahr 1993 durch die Gründung der IG Freies Radios institutionalisiert wurde. Außerdem waren die konsequenten juristischen Schritte wie der Gang zum Verfassungsgerichtshof von großer Bedeutung. Ohne den Verfassungsgerichtshof als medienpolitischen Akteur wäre Freies Radio in Österreich wohl kaum möglich gewesen.

2.5 Von der IG Freies Radio zum Verband Freier Radios

Die IG Freies Radio, die später in Verband Freier Radios Österreich (VFRÖ) umbenannt wurde, wurde im März 1993 in Linz konstituiert. In der ersten Zeit konnte der Verband noch auf keine eigenen Strukturen zurückgreifen und die Verbandsarbeit war nur eingeschränkt möglich. Sie beschränkte sich hauptsächlich auf Informationsaustausch, gegenseitige Hilfestellung bei Lizenzanträgen und Verfassungsgerichtshofsklagen oder auf gemeinsame Aktionen, um möglichst viele Stellungnahmen zum Regionalradiogesetz zu erreichen, die die gesetzliche Verankerung der Freien Radios fordern. Ab 1995 verstärkte der Verband seine medienpolitischen Aktivitäten von der Veranstaltung von Podiumsdiskussionen über Pressekonferenzen bis zu Stellungnahmen zu Gesetzesentwürfen, Expertengesprächen mit Politikern und Kontaktaufnahmen zur Journalistengewerkschaft.

Im Frühjahr 1996 wurden vom Verband Freier Radios Unterstützungserklärungen für Freie Radios gesammelt. Auf einer Pressekonferenz am 18.3. 1996 verwies der Verband darauf, dass bis dahin rund 100 Organisationen aus der Freien Sozial- und Kunstszene, aber auch aus dem gewerkschaftlichen und kirchlichen Bereich einem Protestaufruf des Verbandes gefolgt seien. Auch der steirische Landtag und der Linzer Gemeinderat hatten sich für die Zulassung Freier Radios ausgesprochen. Weiters forderte der Verband, dass die Hälfte aller Frequenzen auf regionaler und lokaler Ebenen den Freien nichtkommerziellen Radios zustehen sollte. Die Finanzierung sollte aus dem Länder-

anteil der Rundfunkgebühr und den Werbeeinnahmen kommerzieller Sender sowie des ORF erfolgen (vgl. APA-Journal Medien, 12/1996, 8).

Im Mai 1996 wurden vom Verband Freier Radios unter Hinzuziehung von Medienexperten Gespräche mit Minister Rudolf Scholten (SPÖ) und SPÖ-Mediensprecher Josef Cap geführt. Dabei wurde die gesetzliche Verankerung Freier nichtkommerzieller Radios sowie ihre mögliche Finanzierung diskutiert. Minister Scholten konnte sich eine Drittfinanzierung von Seiten des Bundes aus dem Kulturbudget vorstellen, wenn auch Länder und Gemeinden bereit seien, mitzuziehen. Eine Finanzierung aus ORF-Gebühren schlossen Cap und Scholten aus (vgl. Pressenaussendung VFRÖ: Freier Radiogipfel in Wien, 7.5.1996, 2f). Wenig später wurde ein ähnliches Gespräch mit dem ÖVP-Minister Wilhelm Molterer geführt. Molterer bekannte sich zu Meinungsfreiheit und -vielfalt. Prinzipiell fand er die Idee des Freien Radios spannend, eine Finanzierung der Freien Radios aus öffentlichen Mitteln konnte er sich jedoch nicht vorstellen (Interview mit Alexander Baratsits vom 12.3.2001).

Obwohl es in der im März 1997 beschlossenen Regionalradiogesetznovelle wieder nicht zur gesetzlichen Verankerung der Freien Radios kam, wurden sie immerhin in den erläuternden Bemerkungen des § 19 RRG erwähnt.

Bei der Konzeption und Vergabe von lokalen Hörfunklizenzen sollen (ungeachtet der Frage der Finanzierung – diesbezüglich ist der Entwurf wie schon das Stammgesetz neutral formuliert) auch sogenannte „freie Radios“ (nicht kommerziell orientierte Programme) Berücksichtigung finden können.

(Erläuternde Bemerkungen § 2a Regionalradiogesetz 1997)

Ursprünglich war im Frequenznutzungsplan nur ein Lokalradio pro Verbreitungsgebiet vorgesehen. In Verhandlungen mit dem Nationalratsabgeordneten und Vorsitzenden des Verfassungsausschusses Schieder (SP) und Popp (VP) aus dem Büro Molterer gelang es dem VFRÖ, dass alle technisch möglichen Frequenzen in den Frequenznutzungsplan aufgenommen wurden. Dies war der größte Verhandlungserfolg des VFRÖ bei der Novelle des Regionalradiogesetzes 1997. Bei nur einem Lokalradio pro Verbreitungsgebiet wäre es ansonsten gerade in den Ballungsgebieten sehr schwer für die Freien Radios geworden, Lizenzen zu erhalten (Interview mit Alexander Baratsits vom 12.3.2001).

3 Aufbauphase

Bis zum Ende der Bewerbungsfrist um die acht Regional- und die über 40 Lokallizenzen am 15.06.1997 hatten sich über 300 Bewerber um Radiolizenzen beworben. Dabei waren die Freien Radios bei dem Kampf um Lokalradiolizenzen überaus erfolgreich. Von 12 Freien Radiobewerbern erhielten fünf Bewerber eine Lizenz, zwei teilten sich eine Lizenz in Form einer Anbiertergemeinschaft mit einem kommerziellen Radio oder wurden in Form eines Sendefensters integriert.

In Wien erhielt das *Freie Radio Wien* (jetzt *Orange 94,0*) eine Frequenz, in Linz kam *Radio FRO* zum Zug. Im Ennstal war es *Radio CCW* (jetzt *Radio Freequenns*), im Salzkammergut das *Freie Radio Salzkammergut*, in Bludenz *Radio Proton*, im Burgenland *MORA* in Kooperation mit einem kommerziellen Anbieter, in Kärnten das zweisprachige nichtkommerzielle *AGORA* gemeinsam mit *Radio KOROTAN*. In Salzburg wurde die *Radiofabrik* in Form eines fünfstündigen Sendefensters pro Woche beim kommerziellen *Radio Arabella* integriert (vgl. APA-Journal Medien, 47/1997, 2).

Nach den sehr erfolgreichen Bewerbungen um Lizenzen wurde die Lobbyingarbeit zur Durchsetzung von Subventionen intensiviert. Im Februar 1998 stellte der zuständige Kunststaatssekretär Wittmann bei einem Termin in Oberösterreich 7 Mio. öS für die Freien Radios in Aussicht (vgl. Informationspapier des VFRÖ & IG Kultur Österreich 1998). Anfang 1999 gab es die ersten Subventionszusagen von Seiten der Kunstsektion des Bundeskanzleramtes. Notwendige Investitionskosten wurden aber nicht übernommen, was einige Radios gerade im ländlichen Raum vor große Schwierigkeiten stellte, auf Sendung gehen zu können.

Frühestmöglicher Sendestarttermin war der 1.4. 1998. Laut Regionalradiogesetz hatten die lizenzierten Radios ein Jahr, also bis zum 1.4. 1999 Zeit, um auf Sendung zu gehen. Ein Überschreiten der Frist hätte zu einem Lizenzentzug geführt. Als erstes Freies Radio ging die *Radiofabrik* im Juli 1998 in Form eines 5-stündigen Sendefensters beim kommerziellen *Radio Arabella* auf Sendung. Als zweites Freies Radio und als erstes mit eigenständiger Lizenz folgte noch im Sommer 1998 *Radio Orange 94,0* in Wien. Im Herbst 1998 gingen *Radio FRO* und *AGORA* on Air. Die anderen Freien Radios – *Salzkammergut* und *Freequenns* – gingen aufgrund der schlechten finanziellen Situation erst am 31.3. bzw. 1.4.1999 auf Sendung (vgl. Raunig/Wassermair 1999, 153f). Das Bludenz-er Freie Radio *Proton* schaffte es schließlich auch noch am letzten Tag in Kooperation mit einem kommerziellen Radio in Bregenz. Dem mehrsprachigem Minderheitenradio *Antenne4/MORA* wurde aufgrund technischer Schwierigkeiten von der Behörde zusätzlich Zeit eingeräumt. Es ging als letztes am 04.04. 1999 auf Sendung (vgl. a3Boom Nr. 3a 1999, 4).

4 Etablierungs- und Expansionsphase

Mit Etablierung ist gemeint, dass sich die Freien Radios als lokale Informationsalternative, als Plattform für österreichische Kulturschaffende, MigrantInnen und all jene, die in den kommerziellen Medien kaum zu Wort kommen, etabliert haben. Obwohl diese Freien Radios nicht gesetzlich verankert sind, sondern genauso wie die kommerziellen Radios als Privatrado behandelt werden, spricht auch Alfred Grinschgl, Geschäftsführer der Regulierungsbehörde RTR, von dem Drei-Säulen-Modell: öffentlich-rechtliches, privat-kommerzielles und nicht kommerzielles Freies Radio (Alfred Grinschgl auf der VFRÖ-Medientagung am 16.5. 2003 in Graz).

Die Vielzahl von gewonnenen Radio- und Kulturpreisen spricht ebenfalls für eine Etablierung in der österreichischen Medien- und Kulturlandschaft. Beispielhaft seien folgende Auszeichnungen erwähnt: *Radio FRO* gewann 1999 den Landeskulturpreis des Landes Oberösterreich. Im Jahr 2002 gewann *Radio Orange* in zwei der vier Kategorien den Radiopreis der Erwachsenenbildung. Die *Radiofabrik Salzburg* gewann 2003 für eine ihrer Sendungen den Kulturpreis für Menschenrechte und Integration.

Mit Expansion ist gemeint, dass die Anzahl der Freien Radios von 1998 bis heute weiter gestiegen ist und dies auch in Zukunft noch zu erwarten ist. Jene Radios, die bei der Lizenzausgabe leer ausgegangen waren bzw. die nur ein Fensterprogramm machten, wie die *Radiofabrik*, arbeiteten im Jahr 1999 mit viel Energie daran, eine eigene Lizenz zu erhalten. So nutzten sie die gesetzliche Möglichkeit eines zeitlich befristeten Eventfunks, um den Anspruch auf eine eigene Lizenz noch stärker zu untermauern. Den Anfang machte *Radio Helsinki* in Graz, das den „Steirischen Herbstfunk“ einen Monat lang gestaltete. Vom 13.–26. 10. 1999 veranstaltete *Freirad* die Radiotage in Innsbruck und zum Jahrtausendwechsel sendete die *Radiofabrik* auf der Frequenz 107,4 MHz in Salzburg zwei Wochen ein Millenniumsradio. *Radio Helsinki* ging im März 2000 mit einer auf ein Jahr befristeten Bildungsfunkfrequenz in Graz auf Sendung (vgl. APA-Journal Medien, 39/2000, 5). Inzwischen hat auch *Radio Helsinki* eine Privatradiolizenz für die Dauer von zehn Jahren.

Als Rückschritt muß der Sendestopp von *Radio MORA* im August 2000 gesehen werden, das aufgrund der Subventionskürzungen von Seiten des Bundeskanzleramtes gezwungen war, seinen mehrsprachigen Sendebetrieb einzustellen. Stattdessen wird nur mehr Musik gesendet. Sämtliche Mitarbeiter wurden gekündigt (vgl. APA-Journal Medien 31/2000, 4). Auch *Radio AGORA*, das zwischenzeitlich in einer Kooperation mit dem ORF sein mehrsprachiges Programm sendete, kam durch den Subventionsstopp von Seiten des Bundeskanzleramtes in große finanzielle Schwierigkeiten.

Gymradio, ein nichtkommerzielles Schulradio in Hollabrunn (Niederösterreich), ging im Oktober 2000 auf Sendung. Das *Freie Radio Hallein*, welches in Anbietergemeinschaft zusammen mit der *Radio Hallein GmbH* eine Frequenz erhielt, schaffte es bis heute nicht auf Sendung zu gehen. Derzeit läuft dort 24-Stunden Kronehit-Programm. Die *Radiofabrik Salzburg*, die bisher nur ein Sendefenster betrieb, erhielt in einer Anbietergemeinschaft mit dem kommerziellen Bewerber Objekt Werbung GesmbH Ende März 2001 eine Lokalradiolizenz für Salzburg. Nachdem die Objektwerbung ihren moderierten Radiobetrieb nach einem Jahr einstellte, sendet seit 23.1.2004 die *Radiofabrik* ein 24-Stunden Programm. *Radio Freirad* in Innsbruck erhielt im November 2001 eine Lizenz und ging im Juli 2002 auf Sendung. Im April 2002 ging in St.Pölten das Fachhochschulradio, welches inzwischen *Campusradio* heißt, on air. Das bislang letzte Freie Radio, das eine Lizenz erhielt, ist jenes in Freistadt. Dort setzte sich das Freie Radio gegen einen kommerziellen Mitbewerber durch, der die Empfehlung der Landesregierung und des Rundfunkbeirates hatte (vgl. Komm-Austria Bescheid KOA 1.372/03-44 vom 26.5.2003). Trotz der finanziellen Schwierigkeiten, in denen sich einzelne Freie Radios durch die Streichung

der Bundesfinanzierung durch Kunststaatssekretär Franz Morak befinden, sind die Freien Radios also weiter auf Expansionskurs.

Von den 45 kommerziellen Lokalradios, die seit 1998 gestartet sind, existieren nur noch 22 als „wirkliche“ Lokalradios.² 23 Lokalradios heißen jetzt entweder *Kronehit*, *Hit FM* oder *Radio Arabella*. Bei den kommerziellen Privatradios geht die Tendenz weiter stark in Richtung Kettenbildung mit dem Effekt, dass immer weniger Programm lokal produziert wird. Mittelfristig werden die Freien Radios die einzigen sein, deren Programme vorwiegend lokal produziert werden und lokale Themen behandeln.

Abbildung 2: Sendestarts Freier Radios in Österreich

Name	Ort	Sendestart (Stopp)
Radio Helsinki (Sendefenster)	Graz	Sep 95
Radiofabrik (Sendefenster)	Salzburg	Jul 98
Orange 94,0	Wien	Aug 98
Radio FRO	Linz	Sep 98
AGORA	Klagenfurt	Okt 98
Freies Radio Salzkammergut	Bad Ischl	Mrz 99
Radio Proton	Dornbirn	Apr 99
Freequenns	Liezen	Apr 99
Antenne4/MORA	Pinkafeld	April 1999 (Aug. 2000)
Radio Helsinki (Lizenzinhaber)	Graz	Mrz 00
Gymradio	Hollabrunn	Okt 00
Radiofabrik (Lizenzinhaber)	Salzburg	Jan 02
FH-Radio (jetzt Campusradio)	St. Pölten	Apr 02
Freirad	Innsbruck	Jul 02

Literatur

Baratsits, Alexander (1995): Es wird nicht gewartet. Medienpolitische Aktivitäten für ein Freies Radio in Oberösterreich. In: **Dorer, Johanna/Baratsits, Alexander** (Hg.). Radiokultur von morgen. Ansichten, Aussichten, Alternativen. Wien: Verlag Buchkultur, 290-292.

Brunner-Szabo, Eva (1995): Die Geschichte der Arbeiter-Radio-Bewegung in Österreich. In: **Dorer, Johanna/Baratsits, Alexander** (Hg.). Radiokultur von morgen. Ansichten, Aussichten, Alternativen. Wien: Verlag Buchkultur, 194-211.

Danmayr, Andrea (1995): Radio ohne Lizenz. PiratInnenradio und das Freie Radio Wien. In: **Dorer, Johanna/Baratsits, Alexander** (Hg.). Radiokultur von morgen. Ansichten, Aussichten, Alternativen. Wien: Verlag Buchkultur, 284-288.

Danmayr, Andrea/Schrentewein, Birgit/Steinert, Fiona (1995): Vom ORF-Monopol zur Aufhebung des Regionalradiogesetzes. Forderungen zu einer Neugestaltung österreichischer Radiopolitik. In: **Danmayr, Andrea/Schrentewein, Birgit/Steinert, Fiona** (Hg.). Lokalradio. Meinungen-Materialien. Wien: Freies Radio, 9-13.

FERL (1991): Freies Radio. III. Kongreß der Europäischen Föderation Freier Radios. Wien: Universitätsverlag.

2) www.rtr.at/web.nsf/deutsch/Rundfunk_Veranstalter_Hoerfunk (30.10.2003).

Götschl, Herbert (1996): „... dann waren´s nur noch zwei. Entstehung und Durchführung des Regionalradiogesetzes. Ein systemtheoretisch basierter Ansatz. Diss. Wien.

Hirner, Wolfgang (1999): Freie Radios in Österreich: Versuch der Verwirklichung einer „utopischen Medientheorie“. Diplomarbeit, Salzburg.

Kleinsteuber, Hans J. (1991): Radio – Das unterschätzte Medium. Erfahrungen mit nicht-kommerziellen Lokalstationen in 15 Staaten. Berlin: Vistas.

Peissl, Helmut (1995): Konkreter Start im rauhen Klima: AGORA. In: **Dorer, Johanna/Baratsits, Alexander** (Hg.). Radiokultur von morgen. Ansichten, Aussichten, Alternativen. Wien: Verlag Buchkultur, 277-283.

Raunig, Gerald/Wassermair, Martin (1999): sektor3medien99. Kurskorrekturen zur Kultur- und Medienpolitik. Wien: IG Kultur Österreich.

Sedlaczek, Robert (1980): Alternativler funken gegen das ORF-Monopol. In: Medien Journal, H. 1, 1980, 7-9.

Quellen

a3Boom Nr. 3a 1999, 4.

APA-Journal Medien, 12/1996, 8.

APA-Journal Medien, 47/1997, 2.

APA-Journal Medien, 39/2000, 5.

APA-Journal Medien, 31/2000, 4.

Bundesgesetz mit dem das Regionalradiogesetz geändert wird BGBl.41/1997 (Regionalradiogesetz 1997)

Der Standard, 30.9.1991, 6.

Entwurf für ein Privatradiogesetz (1991). Abgedruckt in: Danmayr, Andrea/Schrentewein, Birgit/Steinert, Fiona (Hg.). Lokalradio. Meinungen-Materialien. Wien, 108-125.

Falter, 23.2.89, 10.

Falter, 20/1991, 11.

Flugblatt Free the Airwaves, 1.

Informationspapier des VFRÖ & IG Kultur Österreich 1998.

Interview mit Alexander Baratsits, Vorsitzender des Verbandes Freier Radios – Österreich, Salzburg 12.3.2001.

Komm-Austria Bescheid KOA 1.372/03-44 vom 26.5.2003.

Kurier, 28.1.1991, 16.

Kurier, 5.3.93, 13.

Neue Volkszeitung, 8.3.1988, 7.

Neue Zeit, 27.3.1992, 6.

Presseaussendung VFRÖ: Freier Radiogipfel in Wien, 7.5.1996, 2f.

Profil, 8/1988, 24-26.

Salto, 18.12.92, 6.

Der Standard, 23.11.92, 12.

Ulrike Wagner

Freiräume im Äther: Freie Radios und die Umsetzung von Public Access

Offenheit/Public Access

Freie Radios geben allen Personen und Gruppen innerhalb des gesetzlichen Rahmens die Möglichkeit zur unzensurierten Meinungsäußerung und Informationsvermittlung. Vorrang haben dabei ethnische Minderheiten und solche Personen und Gruppen, die wegen ihrer gesellschaftlichen Marginalisierung oder sexistischen und rassistischen Diskriminierung in den Medien kaum oder nicht zu Wort kommen.

Partizipation

Freie Radios stellen Trainings-, Produktions- und Verteilungsmöglichkeiten zur Verfügung; sie ermutigen und fördern die lokale Szene und laden zur aktiven Beteiligung ihrer HörerInnen ein.

(Charta der Freien Radios in Österreich, Februar 1998)

1 Die Ausgangspunkte: Normative Ansprüche

Mit den Begriffen Offenheit/Public Access und Partizipation sind wesentliche Elemente angesprochen, die Freie Radios als ihre Ziele definiert haben. Diese Begriffe sind im Kontext theoretischer Überlegungen zu Konzepten von „Gegenöffentlichkeit“ und der Entwicklungsgeschichte von Alternativmedien in Zusammenhang mit der Ausformung neuer sozialer Bewegungen zu betrachten. Die Alternativbewegungen seit Mitte der 60er Jahre machten den Begriff „Gegenöffentlichkeit“ zum politischen Begriff einer gesellschaftskritischen Herangehensweise an bestehende Institutionen der Politik und der Massenmedien. Die Bewegungen richteten sich dabei nicht gegen Öffentlichkeit an sich, sondern *gegen* die herrschenden Formen der durch privatkapitalistische und/oder öffentlich-rechtliche Medien hergestellten Öffentlichkeiten (vgl. Stamm 1988, 134).

Gegenöffentlichkeit erfüllt in diesem Sinn einerseits die Funktion der Schaffung einer Öffentlichkeit für die eigene „alternative“ Lebenswelt, andererseits spielt der Aspekt des Erreichens eines größeren „Publikums“ ebenfalls eine wichtige Rolle. Seit Anfang der 70er Jahre entwickelten alternative Bewegungen auf vielfältige Weise Strukturen alternativer Öffentlichkeit, die sich im Aufbau alternativer Presse-Medien, Informationsdienste, Buchläden und auch Radios manifestierte.

Die „Produktionsbedingungen“ alternativer Öffentlichkeit sind durch verschiedene Faktoren schwieriger geworden. Entwicklungen im Mediensystem wie z.B. die zunehmende Kommerzialisierung und die damit verbundenen Überlebensschwierigkeiten alternativer Medienprojekte erschweren es derartigen Initiativen, Probleme institutioneller Art zu überwinden. Dazu kommt die Betroffenheit der individuellen AkteurIn-

nen: Politischer Anspruch gepaart mit einer Art Selbstaubeutung durch mangelnde Ressourcen machen die Gratwanderung zwischen Eigenständigkeit und Anpassung nicht gerade einfach (vgl. Geiger 1996). Zentral erscheint dabei die Frage, wie es alternative Medienprojekte schaffen, die Funktion der Thematisierung oppositioneller Diskurse aufrechtzuerhalten und weiterzuerfolgen.

Während der eine Teil alternativer Medienprojekte den politischen Anspruch in den Vordergrund stellt, setzt ein weiterer Teil dieser Projekte den Schwerpunkt auf die Aspekte der Beteiligung „des Publikums“ an journalistischen Produkten bzw. prägte den Begriff eines emanzipatorischen Mediengebrauchs (vgl. z.B. Fabris 1979). Dieser „andere“ Mediengebrauch ist einerseits motiviert durch demokratietheoretische Aspekte der Beteiligung möglichst vieler an Medienausdrucksformen und -inhalten, andererseits fordert dieser Begriff die Vermittlung von Medienkompetenz ein.

Die im Folgenden präsentierten Ergebnisse zur Realisierung des offenen Zugangs und der Programmstrukturen Freier Radios des Projekts *Entstehung und Entwicklung freier nicht-kommerzieller Radios in Österreich*¹ spiegeln die erste Phase des Aufbaus und der Konsolidierung dieser Radios wider. Sie sind unter der Maßgabe zu betrachten, dass die Erhebungen, die im Jahr 2000 durchgeführt wurden, lediglich eine Momentaufnahme von dieser Phase des Radiobetriebs vermitteln können.

2 Die Perspektive der Radio-Verantwortlichen

Aus den Ergebnissen der Leitfaden-Interviews mit den Verantwortlichen wird deutlich, dass die Realisierung des offenen Zugangs zu den wichtigsten Aufgaben ihrer Arbeit im Radio gehört.² Im Zentrum der Diskussion um Public Access bei Freien Radios stehen die BürgerInnen-Beteiligung und die Funktion als Plattform für jene gesellschaftlichen Gruppen, die in kommerziellen bzw. öffentlich-rechtlichen Medien nicht oder kaum zu Wort kommen. Diese Korrektiv- bzw. Ergänzungsfunktion soll für eine Verbesserung der Teilnahme medial benachteiligter Menschen, Gruppen und Organisationen am öffentlichen Leben sorgen.

Alle Freien Radios verstehen sich als publizistische Ergänzung zu öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunkanbietern – wenn auch mit unterschiedlicher inhaltlicher Ausrichtung. Bei der Mehrzahl der Freien Radios lässt sich diese Funktion der publizistischen Ergänzung im österreichischen Mediensystem – insbesondere im lokalen Gesellschafts-, Politik- und Kulturbereich – noch um zwei Elemente erweitern:

1. Der Anspruch der Thematisierung von Inhalten gesellschaftlich benachteiligter Gruppen; bei den Volksgruppenradios geht es dabei vorrangig um Aspekte der Pluralität und Integration verschiedensprachiger Gruppen.

1) Gefördert vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, Sektion V Innovation und Technologie, Laufzeit: Februar 2000 - März 2001.

2) Diese Leitfadengespräche wurden im Juni und September 2000 mit den EntscheidungsträgerInnen in den Freien Radios geführt.

2. Die Thematisierung von oppositionellen Diskursen – vor allem bei den städtischen Radios, die ihre Plattformfunktion für Subkulturen betonen.

3 Die Organisation des offenen Zugangs

Im Unterschied zu offenen Kanälen, in denen „das Prinzip der Schlange“ gilt, d.h. die Beiträge werden in der Reihenfolge der Anmeldung produziert und ausgestrahlt (vgl. Klausch/Wigger 1991, 64), haben Freie Radios einen Weg gewählt, der grundsätzlich allen Zugang gewährt, gesellschaftlich benachteiligte Gruppen werden jedoch bewusst bevorzugt behandelt. Freie Radios in Österreich können also von ihrem Anspruch auch als „affirmative access stations“ bezeichnet werden: „such stations are committed to supporting particular groups, particularly those lacking a 'voice' in the media, and are called affirmative access stations“ (vgl. Jankowski 1995, 84).

Fast alle Freien Radios sind dazu übergegangen, mit den Programm-MacherInnen schriftliche Sendevereinbarungen abzuschließen.³ Dies erleichtert zum einen organisationsintern den Aufbau von Sende- und Programmstrukturen, zum anderen werden damit die Programm-MacherInnen auf ihre medienrechtliche Verantwortung hingewiesen. In diesem Zusammenhang wird auch bei der Mehrzahl der Freien Radios eine medienrechtliche Einführung gegeben. Nach bzw. parallel zu dieser medienrechtlichen Einschulung werden dann technische und z.T. auch journalistische Einführungs-Workshops mit den neuen Programm-MacherInnen durchgeführt. Meist wird bereits in diesen Workshops gemeinsam eine Sendung produziert, die dann auch gesendet wird.

Die Freien Radios verwirklichen Offenheit ihrer Strukturen nicht nur im Zugang zum Äther, sondern auch in der Transparenz der Entscheidungsfindung in den internen Organisationsstrukturen. Ein gemeinsames Kennzeichen aller Freien Radios sind dabei Treffen der Programm-MacherInnen: Bei der Mehrzahl der Radios bilden diese Treffen („Radio-Plena“) einen integrativen Bestandteil der Organisationsstrukturen.

Je mehr Programm-MacherInnen eingebunden sind und je vielfältiger das Spektrum an Gruppen, Institutionen und Einzelpersonen, die Sendungen gestalten, desto notwendiger ist die Ausdifferenzierung der Organisationsstrukturen. Das Hauptproblem der Freien Radios ist die teilweise sehr geringe Finanzausstattung, die Arbeitsleistung ist daher zum großen Teil unbezahlt. Umso beeindruckender sind die z.T. sehr differenzierten Organisationsstrukturen, die Zugang und Partizipation zum Radio regeln. Das Image von „alternativen ChaotInnen“ innerhalb dieser Medienprojekte und der Vorwurf der Unprofessionalität werden schnell entkräftet, wenn der Blick auf die z.T. sehr stark ausdifferenzierten Organisationsstrukturen (z.B. von *Radio FRO* und *Orange 94,0*) gerichtet wird, die eine inhaltlich vielfältige Arbeit erst ermöglichen.

3) Zum Zeitpunkt der Erhebung war es nur *Radio Salzkammergut*, das keine Sendeverträge mit seinen Programm-MacherInnen abgeschlossen hatte.

4 Die Programm-MacherInnen

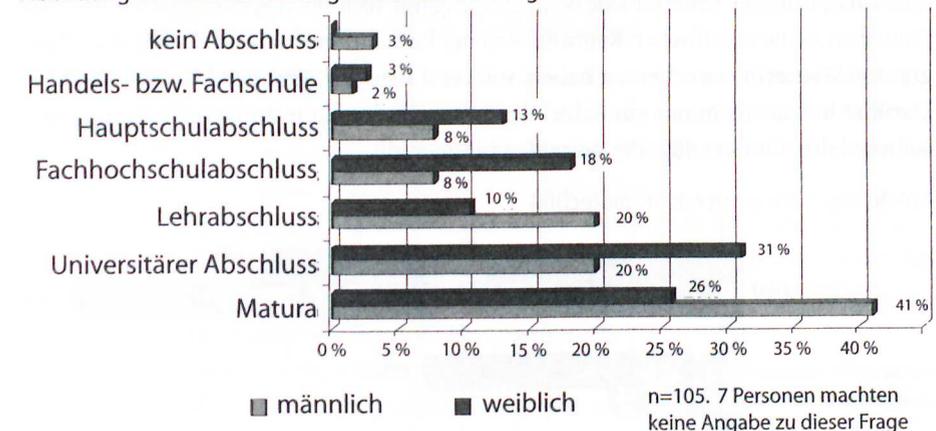
Zu berücksichtigen sind bei der Analyse der Umsetzung von Zugang und Partizipation die unterschiedlichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Radios. Für ein Freies Radio im ländlichen Raum ist es weitaus schwieriger, die Bevölkerung zu aktivieren, selber Radio zu machen, als für ein Freies Radio in der Großstadt. Die Idee des offenen Zugangs ist also im ländlichen Raum z.B. aufgrund des geringeren Organisationspotenzi als in der Bevölkerung viel schwerer umzusetzen als in der Stadt (vgl. Hirner 1999, 97).

Insgesamt waren im Jahr 2000 nach Angaben der Verantwortlichen bei den acht Freien Radios, die zum Zeitpunkt der Erhebung in Österreich auf Sendung waren, rund 1.200 unbezahlte Programm-MacherInnen tätig. Im Rahmen der schriftlichen Befragung wurde ein Teil dieser MitarbeiterInnen befragt.⁴

Ein hohes Bildungsniveau kennzeichnet die Programm-MacherInnen

In Bezug auf das Bildungsniveau ist der Anspruch an Offenheit nur eingeschränkt umgesetzt: Es sind in der Mehrzahl Personen mit hoher formaler Bildung, die Programm machen (vgl. Abb. 1).

Abbildung 1: Höchster Bildungsabschluss der Programm-MacherInnen



Bei der Frage nach dem höchsten Bildungsabschluss bzw. der gerade absolvierten Schulform zeigt sich, dass über 50% der Befragten entweder einen Abschluss einer höher bildenden Schule (Matura) oder einen universitären Abschluss haben. Insgesamt zeigt sich, dass die Frauen ein formal höheres Bildungsniveau aufweisen: Knapp 3/4 aller weiblichen Befragten haben entweder Matura, einen universitären Abschluss bzw. einen Fachhochschulabschluss. Bei den männlichen Befragten sind dies etwas über 2/3 (68%).

4) Im Rahmen der schriftlichen Befragung wurden 248 Personen angeschrieben. Dies entspricht rund 20% der unbezahlten MitarbeiterInnen der Freien Radios in Österreich. Die Befragung erfolgte in zwei Wellen zwischen 20.10. und 15.11.2000; die Rücklaufquote lag bei 45,2% (112 Personen). Befragt wurden Programm-MacherInnen von *Radio AGORA*, *Freequenns*, *Freies Radio Salzkammergut*, *Orange 94,0*, *Proton*, *Radio FRO*, *Radio Helsinki*, *Radiofabrik*. Die Programm-MacherInnen von *Radio MORA* konnten in diese Erhebung nicht miteinbezogen werden, da *Radio MORA* seinen mehrsprachigen Sendebetrieb im Juli 2000 wegen fehlender Finanzmittel einstellte.

Bei ihnen liegt der Wert in der Gruppe der Lehrabschlüsse – also einer Facharbeiterausbildung – wesentlich höher.

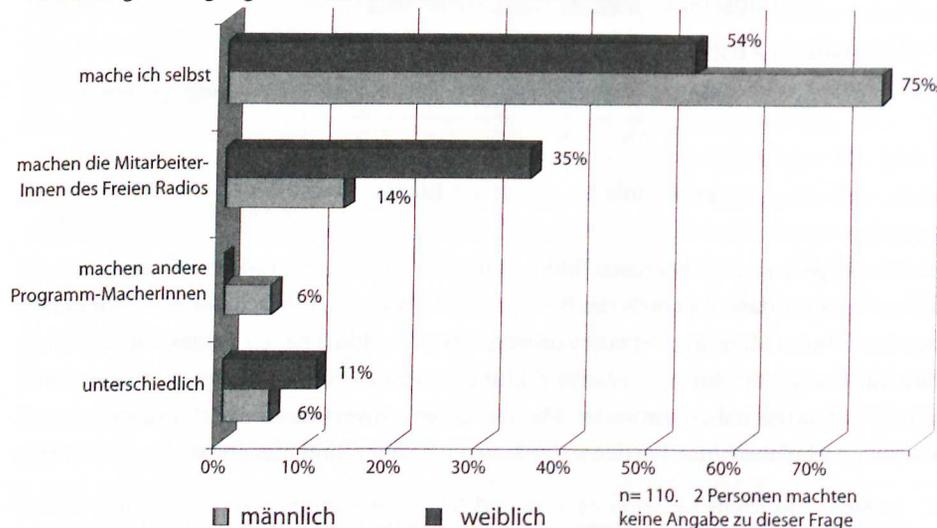
Das Durchschnittsalter der Programm-MacherInnen liegt bei rund 30 Jahren. Die am stärksten vertretenen Altersgruppen sind zwischen 16 und 20 Jahre bzw. zwischen 31 und 35 Jahre alt (jeweils rund ein Fünftel der Befragten). Es sind hauptsächlich Einzelpersonen, die bei den Freien Radios Programm machen. Nur rund 30% der befragten Radio-MacherInnen gestaltet Sendungen für eine Institution oder Initiative.

Zielvorgabe Medienkompetenz

Ziel des Ausbildungsangebotes Freier Radios ist es, die Programm-MacherInnen zu befähigen, die Sendungen technisch möglichst selbständig produzieren zu können. Beim Ausbildungsangebot der Freien Radios standen im Jahr 2000 Workshops zu Radiotechnik im Vordergrund, es wurden aber – vor allem bei den größeren Radios – auch Schulungen zu journalistischen Arbeitstechniken angeboten. Die Schulungen werden von den Programm-MacherInnen in großem Ausmaß wahrgenommen, und die Mehrzahl der Verantwortlichen betont, dass gerade im journalistischen Bereich große Nachfrage bestehen würde und es Bestrebungen gibt, diesen Bereich auszubauen.

Die Ergebnisse der Befragung der Programm-MacherInnen zeigen deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede beim Umgang mit Technik. Insgesamt geben 70% der Frauen an, keine spezifischen Kenntnisse in der Radioarbeit vor ihrer Tätigkeit als Programm-Macherin erworben zu haben, während dies nur 38% der Männer angeben. Darüber hinaus nennt nur ein Achtel der befragten Frauen technische Vorkenntnisse, während dies für über 40% der befragten Männer gilt.

Abbildung 2: Umgang mit Studiotechnik



Für die Produktion ihrer Sendungen gibt nur knapp über die Hälfte der befragten Frauen an, Schnitt bzw. Studiotechnik selbst zu machen, während dies beim Schnitt zwei

Drittel der befragten Männer bzw. bei der Studiotechnik 75% der befragten Männer selbst machen (vgl. Abb. 2).

Freie Radios erklären mit dem Angebot an „Trainings-, Produktions- und Verteilungsmöglichkeiten“ (vgl. VFRÖ, 1998) auch eine medienpädagogische Perspektive zu einer ihrer Zielvorstellungen. Unter diesem Aspekt ist danach zu fragen, wie geschlechtsbewusste Radio-Arbeit verwirklicht werden kann. Denn allein die quantitative Gleichheit der Geschlechter innerhalb des Radios heißt noch nicht, dass Verantwortlichkeiten bzw. auch die Vermittlung von Fähigkeiten und (technischen) Fertigkeiten paritätisch verteilt werden. Es müssen dafür auch strukturelle Voraussetzungen geschaffen werden (vgl. Fichtner/Weber 2001, 207). Diese Bedingungen sind gerade mit den äußerst knappen finanziellen Ressourcen sehr schwierig zu verwirklichen. Ein Beispiel dafür, wie einerseits die emanzipatorische Nutzung des Mediums Radio und andererseits die Beteiligung von Frauen an Medien vorangetrieben werden kann, bot im Jahr 2000 das Projekt *Fem FM Connected*. Dieses – von der EU geförderte – Projekt hatte die Vernetzung der Frauen innerhalb der österreichischen Freien Radios und damit die Weiterentwicklung einer feministisch-emanzipatorischen Öffentlichkeit für Frauen zum Ziel. Die Kernbereiche des Projekts bildeten dabei die Zugangs- und Beteiligungsmöglichkeiten sowie die inhaltliche Präsenz von Frauen in den Freien Radios.⁵

Unterschiedliche Motivationen führen zur Radio-Arbeit

Bei der Frage nach den Motiven, Radio zu machen, zeigen sich zum einen deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede. Zum anderen wird hier erkennbar, dass die Radios je nach regionaler Verortung bzw. nach ihrer Definition als Volksgruppenradio auch in den Motivationen der Programm-MacherInnen unterscheiden.⁶

Betrachtet man zunächst die Motive der Radio-Arbeit nach Geschlecht zeigt sich, dass Frauen die Motive der Dimension Politik/Öffentlichkeit/Engagement höher bewerten, während die männlichen Befragten Motive der Dimensionen Weiterbildung sowie Unterhaltung/Freizeitgestaltung höher einschätzen.

Insgesamt werden von den befragten Frauen fünf Motive unter die ersten 10 gereiht, die der Dimension *Politik/Öffentlichkeit/Engagement* zuzurechnen sind (z.B. „Berichterstattung über Themen, die mir ein Anliegen sind“; „politisches Bewusstsein schaffen“), zwei davon liegen auf den ersten beiden Plätzen. Bei den männlichen Befragten werden unter die ersten zehn überhaupt nur drei Motive dieser Dimension gereiht, sie spielen dabei eine weniger wichtige Rolle, da sie erst an Platz sieben bis neun aufscheinen. Wichtiger sind für die befragten Männer Motive der Dimension *Weiterbildung* und der Dimension *Unterhaltung/Freizeitgestaltung* (z.B. „Interesse an der Arbeit mit Medien“ sowie die Motive zur Präsentation von Musik).

5) Vorbild für dieses österreichische Projekt bildeten Netzwerk-Projekte auf transnationaler Ebene, z.B. Inter-Konnektionen in Freiburg und verschiedene Projekte des AMARC Women's Network.

6) Insgesamt wurden 26 Motive abgefragt. Die einzelnen Items waren auf einer Skala von 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig) zu bewerten. Aus dieser Motivliste wurden mittels Faktorenanalyse folgende drei Dimensionen extrahiert: Politik/Öffentlichkeit/Engagement für vernachlässigte Themen, Erwerb von Kenntnissen/Weiterbildung, Unterhaltung/Freizeitgestaltung/Hobby.

Tabelle 1: Wichtigste Motive und Ziele für die Mitarbeit bei Freien Radios

Männer		Frauen	
1. Interesse an der Arbeit mit Medien	1.66	1. Berichterstattung über Themen, die von anderen Medien vernachlässigt werden	1.39
2. Musik präsentieren, die in anderen Medien vernachlässigt wird	1.77	2. Berichterstattung über Themen, die mir ein Anliegen sind	1.49
3. meine Musik spielen	1.90	3. Interesse an der Arbeit mit Medien	1.63
4. einfach aus Spaß	1.92	4. bestimmtes Publikum erreichen	1.95
5. bestimmtes Publikum erreichen	1.93	5. einfach aus Spaß	2.05
6. Unterhaltung	1.96	6. Musik präsentieren, die in anderen Medien vernachlässigt wird	2.16
7. Berichterstattung über Themen, die von anderen Medien vernachlässigt werden	1.97	7. Ziele einer Gruppe bekannt machen	2.21
8. Berichterstattung über Themen, die mir ein Anliegen sind	2.14	8. politisches Bewusstsein schaffen	2.34
9. Interesse, mit anderen zusammenzuarbeiten	2.15	9. Interesse, mit anderen zusammenzuarbeiten	2.39
10. Leute zu etwas bewegen	2.31	10. Aufzeigen von Missständen	2.43

n = 112, Mittelwerte, Skala von 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig)

Ein interessantes Ergebnis zeigt die Gruppierung der Radios nach Region bzw. Eigendefinition: So sind die Motive der Dimension *Politik/Öffentlichkeit/Engagement* für die befragten Programm-MacherInnen der Radios im ländlichen Raum weniger wichtig als für die Befragten der Radios im städtischen Raum und beim Volksgruppen-Radio AGORA (vgl. Tab. 2).

Tabelle 2: Motive und Ziele der Programm-MacherInnen bei den verschiedenen Radios

Dimension 1: Politik/Öffentlichkeit/Engagement	Radios im städtischen Raum	Volksgruppen-Radio	Radios im ländlichen Raum
Berichterstattung über Themen, die von anderen Medien vernachlässigt werden	1.63	1.38	2.21
Berichterstattung über Themen, die mir ein Anliegen sind	1.74	1.69	2.33
Leute zu etwas bewegen	2.03	2.15	2.64
Politisches Bewusstsein schaffen	2.09	2.23	3.94
Aufzeigen von Missständen	2.22	2.77	3.63
Ziele einer Gruppe bekannt machen	2.44	2.85	3.03
Meinung vor größerem Publikum äußern	2.52	2.77	2.88
Öffentliche Meinung beeinflussen	2.54	3.15	3.94
Berichterstattung aus persönlichem Blickwinkel	2.69	2.92	3.30
Lokale Informationen verbreiten	2.82	2.23	2.78
Beratung von Menschen	3.37	3.92	3.85

Dieses Ergebnis der Motiv-Analyse zeigt, dass es den städtischen Radios und den Volksgruppen-Radios gelingt, ihre Sprachrohrfunktion für benachteiligte Gruppen zu ver-

wirklichen. Für die Radios im ländlichen Raum hingegen stehen die Motive der Dimension *Weiterbildung* und der Dimension *Unterhaltung/Freizeitgestaltung* im Vordergrund, wie z.B. „Musik zu präsentieren, die in anderen Medien vernachlässigt wird“, „einfach aus Spaß“ oder auch das „Interesse an der Arbeit mit Medien“.

5 Die Programmstrukturen

Neben den Programm-MacherInnen selbst, die wie eben beschrieben sehr heterogene Motivationen zu ihrem Engagement bei einem Freien Radio bringen, spiegelt die Programmstruktur Freier Radios die Vielfalt an Themen wieder, die bei der Gestaltung von Sendungen aufgegriffen werden.⁷ Im Vergleich zum kommerziellen und zum öffentlich-rechtlichen Radio ist es vor allem die inhaltlich ausdifferenzierte (Programm-)Arbeit, die auch in diversen Kooperationsprojekten mit anderen Kultur-, Sozial- und Jugendinitiativen geleistet wird, die die Freien Radios kennzeichnet.

Die Analyse der Programmstruktur der Freien Radios erbrachte das Ergebnis, dass die selbst gestellten Ansprüche auf Vielfalt und inhaltliche Breite des Programmangebots sowie auf Berücksichtigung von gesellschaftlich benachteiligten Gruppen und Minderheitsmeinungen im lokalen Raum in erstaunlichem Maße erfüllt werden, berücksichtigt man die kurze Zeitspanne seit Sendebeginn und die geringen finanziellen Ressourcen.

Vielfältige Klänge und ein breites Spektrum an Inhalten.

Einzelpersonen produzieren zwei Drittel (66,2%) der Sendezeit, unbezahlte bzw. bezahlte MitarbeiterInnen der Radioorganisationen gestalten rund 15% des Programms. 17,6% der Sendezeit wird von Organisationen gestaltet. Das Spektrum der Organisationen, die den offenen Zugang nutzen, ist sehr breit. Es sind vor allem Initiativen und Institutionen aus dem Kultur-, Sozial- und Bildungsbereich, zu denen die Kontakte der Freien Radios bestehen. Bei den Vereinen und Institutionen, die auf Sendung gehen, handelt es sich – nach den Angaben der OrganisatorInnen – vor allem um Kulturvereine, Jugendzentren, Frauenorganisationen bzw. feministische Gruppierungen, öffentliche Institutionen und entwicklungspolitische Gruppen. Die Verantwortlichen der Freien Radios führen dies auch als Defizit dieser ersten Phase des Aufbaus nichtkommerzieller Sender an, sie hatten sich mehr Programm-Input von den Vereinen und Institutionen erwartet. Zurückzuführen ist dieses Defizit auf die mangelnden Ressourcen der Vereine selber, die neben ihren zumeist unbezahlten Tätigkeiten innerhalb der Institutionen nicht mehr Zeit haben, zusätzlich noch Sendungen für Freie Radios zu produzieren.⁸

7) Die hier ausgewählten Ergebnisse basieren auf einer quantitativen vergleichenden Inhaltsanalyse der Programmstrukturen aller moderierten Sendungen der neun Freien Radios (2.354 Stunden Sendezeit), Untersuchungszeitraum: 1.–30.6.2000. Datenbasis bildeten die Programm-Folder und Homepages der Radios sowie ergänzende Auskünfte durch die OrganisatorInnen/Verantwortlichen in den Leitfadengesprächen. Schwerpunkte der Analyse bildeten die Programminhalte, die verwendeten Sprachen und die Musikformate.

8) Diese Ergebnisse bestätigen auch empirische Untersuchungen zu nichtkommerziellen Lokalradios in Niedersachsen. (Vgl. Rager/Rinsdorf 2000)

Bemerkenswert erscheint vor allem, dass das inhaltliche Spektrum der Freien Radios thematisch sehr breit ist. Dabei liegt der Anteil der Kultursendungen bei 50,6%. Knapp über zwei Drittel des Kulturprogramms beschäftigt sich mit Musik, zum großen Teil handelt es sich um Sendungen zu verschiedenen Musikstilen, die in anderen Medien vernachlässigt werden. Obwohl bei diesen Musiksendungen Schwerpunkte erkennbar sind, kann man bei den Freien Radios keinesfalls von Formatradios sprechen, da das musikalische Spektrum sehr breit ist und sie sich stark von kommerziellen und auch öffentlich-rechtlichen Sendern unterscheiden. Während die Musikschwerpunkte relativ deutlich auszumachen sind, ist es schon viel schwieriger, die Musikformate der Freien Radios zu bestimmen. Betrachtet man alle moderierten Sendungen der Freien Radios, so ist bei knapp der Hälfte der Sendezeit (49,5%) ein Musik-Mix zu hören. Das heißt, man findet dort kein festgelegtes Musikformat, sondern man hört die jeweilige Lieblingsmusik der ModeratorInnen, die nicht auf eine Musikrichtung beschränkt ist. Die andere Hälfte (50,5%) der Sendezeit verteilt sich auf diverse Musikategorien von Underground/Alternative bis zu Experimentalmusik.⁹

Freie Radios setzen gezielt auf die Förderung lokaler Kulturschaffenden (vgl. VFRÖ 1998). Knapp 16% der Kultursendungen beschäftigen sich mit diversen Facetten lokaler oder überregionaler Kulturszenen. Danach folgen Kabarett- und Satire-Sendungen sowie Programme, die sich im Speziellen mit einzelnen Themen wie z.B. auch Film oder Architektur auseinandersetzen.

Mehrsprachigkeit als Spezifikum

Drei Viertel der gesamten moderierten Sendezeit (76%) wird in Deutsch ausgestrahlt. Vergleicht man diese Ergebnisse mit Untersuchungen in Deutschland (vgl. Brosius/Weiler 2000, 78; Volpers/Schnier/Salwiczek 2000, 38ff), so ist der fremdsprachige Anteil bei österreichischen Freien Radios mit knapp 24% sehr hoch. Insgesamt wurden 18 verschiedenen Sprachen eruiert. Fremdsprachige Sendungen sind ein städtisches Phänomen, die Volksgruppenradios erfüllen ihren „Programmauftrag“ mit einem hohen Anteil an Sendungen mit fremdsprachigen Anteilen (vgl. Abb. 3): Über drei Viertel ihres Programms wird in einer Fremdsprache oder mehrsprachig ausgestrahlt.

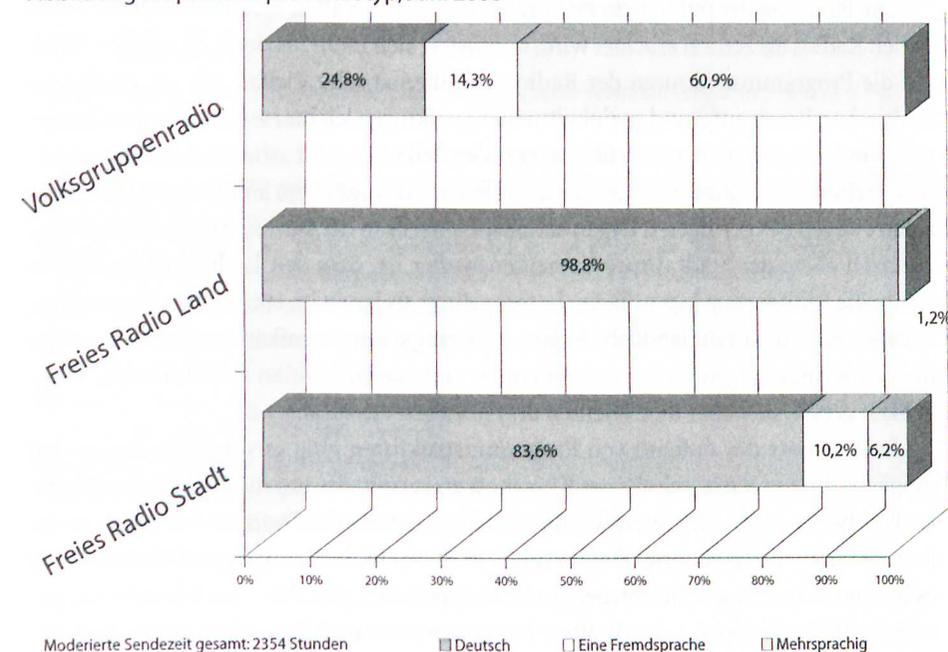
Darüber hinaus können folgende Unterschiede zwischen Volksgruppenradios, städtischen Radios und Radios im ländlichen Raum festgestellt werden: Der Anteil der von einer Eigenredaktion gestalteten Sendungen ist bei den Volksgruppenradios höher als bei den anderen Freien Radios (33,6%), die fixen Redaktionen dieser Radios sind u.a. auch verantwortlich für die mehrsprachigen Sendungen. Die von Organisationen gestalteten Sendungen sind bei städtischen Radios höher als bei den anderen (22,2%).

Die städtischen Radios haben ein breiteres Spektrum an Inhalten als die Radios im ländlichen Raum und die Volksgruppenradios. So gibt es Sendungen, die von SeniorInnen gestaltet werden, nur bei den städtischen Radios. Bei allen Radios dominieren die Kultursendungen (wobei ein Großteil sich mit Musik auseinandersetzt). Überraschend

9) Insgesamt wurden 50 verschiedene Musikategorien identifiziert.

hoch ist der Anteil der Jugendsendungen bei den Volksgruppenradios und den ländlichen Radios (16,5% und 12,0%) im Gegensatz zu städtischen Radios (2,8%). Sozialthemen nehmen dafür bei den städtischen Radios den zweiten Platz ein (14,0%). Bei den ländlichen Radios beträgt dieser Anteil nur 2,3%, bei den Volksgruppenradios 4,3%.

Abbildung 3: Sprachen pro Radiotyp; Juni 2000



Die Verantwortlichen zeigen sich trotz der unbestreitbaren Erfolge ihrer Programmgestaltung oftmals sehr selbstkritisch bezüglich ihrer Einschätzungen der Inhalte ihrer Sendungen. Als Gemeinsamkeit kann festgehalten werden, dass bei den Freien Radios vor bzw. in der Aufbauphase im Vordergrund stand, möglichst viele Programm-MacherInnen zu gewinnen. In der nächsten Phase (Konsolidierung) ist es ein erklärtes Ziel, die inhaltliche Qualität der Programme zu steigern und die Programmstruktur weiterzuentwickeln. Auf die Frage nach Defiziten im Programm nennen die meisten Verantwortlichen eine Vielzahl an Verbesserungsmöglichkeiten. An erster Stelle steht dabei die inhaltliche Verbreiterung des Angebots und die Verbesserung der journalistischen Arbeit, wie z.B. Recherche und Ausweitung der Gestaltungsmöglichkeiten (Features, Diskussionsrunden, etc.).

6 Ein Zwischenstand

Die Ergebnisse zeigen, dass die Freien Radios in Österreich ihre Funktionen, die in ihrer Charta festgeschrieben sind, in unterschiedlicher Weise wahrnehmen. Das Prinzip

der Offenheit ist dadurch eingeschränkt, dass die Radios „affirmative access“ verwirklichen, d.h. sie greifen sehr bewusst vernachlässigte Themen auf und verwirklichen so ihre Sprachrohrfunktion für Minderheiten und benachteiligte Gruppen. Die Ergebnisse der Motiv-Analyse bestätigen, dass dies vor allem den Radios im städtischen Raum und dem Volksgruppenradio AGORA gelingt.

Die Funktion der publizistischen Ergänzung, die von allen Verantwortlichen in den Freien Radios als zentral erachtet wird, konturiert sich mehr als deutlich mit dem Blick auf die Programmstrukturen der Radios. Die thematische Vielfalt, die für Radios im städtischen Raum aufgrund soziokultureller Strukturen leichter zu erreichen ist, ist nur mit dem Engagement der zum überwiegenden Teil unbezahlt arbeitenden Programm-MacherInnen zu realisieren. Die Idee des offenen Zugangs ist im ländlichen Raum nicht zuletzt wegen des geringeren Organisationspotenzials in der Bevölkerung schwerer umzusetzen als in der Stadt. Umso bemerkenswerter ist, dass den Radios im ländlichen Raum die Aktivierung Jugendlicher besser gelingt als jenen im städtischen Raum. Freie Radios stellen damit für ländliche Regionen wichtige Kommunikationsplattformen dar, die den Kontakt Jugendlicher untereinander verbessern können und ihnen die Möglichkeit geben, sich über ihre Themen und Anliegen auszutauschen.

In der Phase des Aufbaus von Programmstrukturen ging es vor allem darum, auf möglichst breiter Basis technisches Knowhow zu vermitteln, um die Grundlagen für die Radioarbeit zu legen. Die Verantwortlichen orteten hier selbst Defizite – vor allem in der journalistischen Ausbildung. Zudem zeigt ein Blick auf den Umgang mit Technik, dass es hier noch immer geschlechtsspezifische Unterschiede gibt. Aber auch bestimmte gesellschaftliche Gruppen, wie z.B. ältere Menschen oder auch Menschen aus formal niedriger gebildeten Milieus, finden nicht in ausreichendem Ausmaß Zugang zu Radioarbeit. In Bezug auf das Bildungsniveau ist der Anspruch an Offenheit nur eingeschränkt umgesetzt: Es sind in der Mehrzahl Personen mit hoher formaler Bildung, die Programm machen.

Als Zwischenstand bleibt festzuhalten, dass die Freien Radios in der kurzen Zeit ihrer Etablierung bereits zur fixen Größe im lokalen Bereich geworden sind, die als wichtige Anlaufstationen ihre Sprachrohrfunktion für verschiedene gesellschaftliche Bereiche, z.B. Kultur und Politik, verwirklichen. Die Vielfalt an Projekten, die im Umkreis Freier Radios bestehen, und die Vernetzungsarbeit, die – trotz der knappen finanziellen Ressourcen, über die sie verfügen – dabei geleistet wird, machen sie zum wichtigen Standbein einer emanzipatorischen Öffentlichkeit innerhalb des österreichischen Mediensystems.

Literatur

Brosius, Hans-Bernd/Weiler, Stefan (2000): Programmanalyse nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. Eine Inhaltsanalyse im Auftrag der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen). München: KoPäd.

- Fabris**, Hans-Heinz (1979): Journalismus und bürgernahe Medienarbeit. Formen und Bedingungen der Teilhabe an gesellschaftlicher Kommunikation. Salzburg.
- Fichtner**, Jörg/**Weber**, Sigrid (2001): Emanzipation durch Rundfunkproduktion? Zur Rolle von Frauen in Radioprojekten. In: **Fichtner**, Jörg/**Günnel**, Traudel/**Weber**, Sigrid (Hg.). Handlungsorientierte Medienpädagogik im Bürgerradio. Forschungsergebnisse eines Modellprojekts mit ArbeitnehmerInnen und dessen Implikationen für die medienpädagogische Diskussion. München: KoPäd, 193-212.
- Geiger**, Brigitte (1996): Feministische Presse zwischen Autonomie, Markt und Förderung. In: **Mast**, Claudia (Hg.). Markt – Macht – Medien. Publizistik zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz: UVK, 353-362.
- Hirner**, Wolfgang (1999): Freie Radios in Österreich: Versuch der Verwirklichung einer „utopischen Medientheorie“. Diplomarbeit Salzburg.
- Jankowski**, Nicholas W. (1995): Community Access to Local Radio: A Question of Principle and Practice. In: **Danmayr**, Andrea/**Schrentewein**, Birgit/**Steinert**, Fiona (Hg.). Lokalradio. Meinungen-Materialien. Wien: Freies Radio, 80-84.
- Klausch**, Peter/Wigger, Susie (1991): Bürgerbeteiligung im Lokalrundfunk. Medientheoretische und medienpädagogische Aspekte der Bürgerkommunikation. Bielefeld: Bielefelder Jugendring.
- Rager**, Günther/**Rinsdorf**, Lars (2000): Kommunikatoren im nichtkommerziellen lokalen Hörfunk in Niedersachsen. Eine Organisationsanalyse. Im Auftrag der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM). Berlin: Vistas.
- Stamm**, Karl-Heinz (1988): Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Volpers**, Helmut/**Schnier**, Detlef/**Salwiczek**, Christian (2000): Programme der nichtkommerziellen Lokalradios in Niedersachsen. Eine Programm- und Akzeptanzanalyse. Im Auftrag der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM). Berlin: Vistas.
- VFRÖ** (Verband Freier Radios Österreich) (Hg.) (1998): Charta der Freien Radios Österreich 1998.

Finanzierungsmodelle und -praxis nichtkommerzieller Radios

Nichtkommerzielle Radios sind sowohl ökonomisch dem Dritten Sektor zuzuordnen, sie werden auch kommunikationswissenschaftlich als solcher verstanden, neben staatlichen/öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Unternehmen. Im Folgenden werden die unterschiedlichen Finanzierungsmodelle für nichtkommerzielle Radios dargestellt, wie auch die Finanzierungspraxis und -aussichten der im Jahr 2001 abgeschlossenen Forschungsprojekt „Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich“ (Knoche et al. 2001) evaluierten österreichischen Betriebe.

Selbstverständnis und partizipatorische Organisationsstrukturen nichtkommerzieller Radios in Österreich sind im Kontext theoretischer Überlegungen zu (alternativer) „Gegenöffentlichkeit“ und der Entwicklungsgeschichte von Alternativmedien zu betrachten. Die Alternativbewegungen machten den Begriff „Gegenöffentlichkeit“ zum politischen Begriff einer gesellschaftskritischen Herangehensweise an bestehende Institutionen der Massenmedien, wie genereller der Politik. Gegenöffentlichkeit erfüllt einerseits die Funktion der Schaffung einer Öffentlichkeit für die eigene „alternative“ Lebenswelt, andererseits spielt der Aspekt des Erreichens eines breiteren Publikums eine wichtige Rolle. Seit Anfang der 70er Jahre entwickelten alternative Bewegungen in Österreich Strukturen alternativer Öffentlichkeit mit unterschiedlichem Ausmaß an „Radikalität“¹, die sich im Aufbau alternativer Presse-Medien, Informationsdienste, Buchläden und Radios manifestierte. Während ein Teil alternativer Medienprojekte diesen politischen Anspruch in den Vordergrund stellt, setzt ein anderer Teil den Schwerpunkt auf die Aspekte der Beteiligung des Publikums an medialer Produktion bzw. auf einen „emanzipatorischen“ Mediengebrauch.

1 Ökonomische Theorien bezogen auf nichtkommerzielle Medien

Im Rahmen unseres Forschungsprojekts diente die Erörterung relevanter ökonomischer Theorien dem Ziel, das Verhältnis von 'traditioneller' ökonomischer Theorie („Neoklassik“) zum Gegenmodell einer „Alternativen Ökonomie“ hinsichtlich der möglichen

1) Unter „Radikalität“ wird in diesem Zusammenhang der Grad der Abgrenzung gegenüber den anderen, privatwirtschaftlich geführten oder öffentlich-rechtlich organisierten Medien verstanden.

Funktionserfüllungen nichtkommerzieller Radios zu klären. Die derzeit ‚traditionelle‘ ökonomische Theorie geht vom Funktionieren des Marktmechanismus aus und bedient sich daher der neoklassischen Theorie. Die typischen Formen von Marktversagen, die am Mediensektor zu finden sind, verhindern aber nicht nur ideale, sondern auch nur ausreichend funktionierende Marktbedingungen. Sie haben gemeinsam mit Deregulierungsmaßnahmen nicht nur zu regionalen und nationalen, sondern auch zu multinationalen privatwirtschaftlichen Oligopolen geführt. Marktkräfte allein führen also offensichtlich im Mediensektor nicht zu dem, was neoklassische Ökonomen sich unter idealen Wettbewerbsbedingungen vorstellen (vgl. Grisold 1996 und 2002). Im Gegenteil, die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte lassen darauf schließen, dass funktionsfähiger Wettbewerb nicht möglich ist. Die Begründungen für die Notwendigkeit der öffentlichen Bereitstellung von Rundfunk gehen jedoch darüber hinaus: Als *meritorisches* Gut, besonders unter demokratischen Erfordernissen, soll Meinungsvielfalt sichergestellt werden. Das bedeutet: Im Rundfunksektor stehen demokratische Erfordernisse (d.h. umfassende, vielfältige und ausgewogene Berichterstattung) einer rein marktlichen Bereitstellung der Massenmediengüter entgegen.

Da der Ansatz der Alternativen Ökonomie mit der Thematisierung eines ökonomisch-gesellschaftlichen „Dritten Sektors“ nichtkommerziellen Medien am ehesten entspricht, wird ihm hier auch besondere Bedeutung beigemessen. Das ökonomische Primat der Gewinnmaximierung ist erklärtermaßen nicht Beweggrund zur Gründung solcher nichtkommerzieller Organisationen. Trotzdem sind diese „bei Strafe ihres Untergangs“ entweder an den Markt, den Staat oder an umzuverteilende Einkommen von Privatpersonen, Unternehmen oder Organisationen gebunden, in der Regel an eine Kombination dieser drei Finanzierungsquellen („Mischfinanzierung“) (vgl. Schwendter 1979, 259ff). Bei direkten staatlichen Zuschüssen aufgrund von diskretionärer Fiskalpolitik zeigt sich gerade am Beispiel nichtkommerzieller Radios in Österreich, wie unsicher diese Form der Finanzierung ist. Eine neue Regierung mit anderen – in unserem Falle nichtkommerziellen Radios nicht geneigten – Prioritäten führt an die Existenzfrage für einige nichtkommerzielle Radios.

Die häufige Praxis alternativer Medien ist nicht selbstverständlich konform mit den Gedanken und Forderungen Alternativer Ökonomie: Das Prinzip „Ehrenamtlichkeit“ oder – in anderer Konnotation formuliert: „Selbstaubeutung“ zum Beispiel, von vielen alternativen Medien akzeptiert und praktiziert, ist nicht Teil des Modells der Alternativen Ökonomie (vgl. Bammé 1994): Viele MitarbeiterInnen nichtkommerzieller Medien nehmen die Form der Gratisarbeit als gegeben hin, die Ansätze der Alternativen Ökonomie hingegen fordern eine andere Verteilung von Arbeit und Entlohnung, bei der gesellschaftlich notwendige und nützliche Arbeit auch mit bezahlter Berufsarbeit und Existenzsicherung verbunden werden kann. Von Seiten Alternativer ÖkonomInnen wird daher eine Neubewertung von Arbeit vorgeschlagen und als wirtschaftspolitische Maßnahme dazu die Einführung eines Grundeinkommens (vgl. Giarini/Liedtke 1998, 176-181; Gubitzer 1999). Dem liegt die Idee zugrunde, dass Arbeit insbesondere deshalb neu

zu bewerten sei, weil viele Formen der gemeinnützigen Arbeit hochkomplexe Arbeiten darstellen, am Markt aber nicht als solche bewertet und nicht angemessen entlohnt werden. Die Anerkennung der wirtschaftlichen Bedeutung bislang nicht entlohnter oder nur geringfügig entlohnter Tätigkeiten ist eine zentrale Forderung für VertreterInnen einer Alternativen Ökonomie (vgl. Rifkin 2000).

Ein weiterer Begründungsstrang für nichtkommerzielle Medien wird folgendermaßen geführt: ProduzentInnen in Medienunternehmen verfolgen sehr wohl andere als 'nur' ökonomische Ziele für ihre Berufswahl, können diese aber im kommerziellen Produktionsprozess kaum realisieren, da sie dort Marktgesetzen der Gewinnmaximierung unterliegen und in einer vertikalen Hierarchie den kommerziellen Zielen der zumeist großen Unternehmen untergeordnet sind (vgl. Saundry/Nolan 1998). Diesem als negativ empfundenen Dilemma versuchen nichtkommerzielle Medien entgegenzuwirken, indem sie Foren für ProduzentInnen bieten, die nicht kommerziellen Gesetzmäßigkeiten unterliegen. Das Finanzierungsproblem verlagert sich damit aber nur: Nichtkommerzielle Medien haben Finanzierungsschwierigkeiten, somit können ProduzentInnen für ihre Arbeit nicht adäquat entlohnt werden. Eine negative Folgeerscheinung davon ist, dass Programme auch weniger professionell gestaltet werden und damit weniger attraktiv sind, was die Chancen für HörerInnenabhängige Einnahmen wieder reduziert.

2 Ökonomische Situation nichtkommerzieller Radios in Österreich

Die ökonomische Situation nichtkommerzieller Radios muss in Österreich derzeit – bis auf wenige Ausnahmen – als prekär bezeichnet werden. Entscheidend für die Produktion nichtkommerzieller Medien ist das Vorhandensein einer sozialen Bewegung. Als Ausdruck einer Protestbewegung sind nichtkommerzielle Medien primär an den gesellschaftlich zu thematisierenden Inhalten orientiert und nicht am Gewinn. Dennoch stellt sich für jedes nichtkommerzielle Medium die Frage der Finanzierbarkeit und damit jene nach der betriebswirtschaftlichen Perspektive.

Unterschiedliche europäische Länder haben sehr unterschiedliche Arten, mit solch nichtkommerziellen Radios 'umzugehen': Von der Abgabe auf Werbeeinnahmen (anderer Medien), die für Zwecke der Finanzierung auch von nichtkommerziellen Radios verwendet werden, über spezielle finanzielle Anreize respektive Preisverleihungen für die 'besten Beiträge' eines Jahres, bis zur 100%igen Laissez-faire-Regelung, bei der nichtkommerziellen Radios legal zwar kein Stein in den Weg gelegt wird, aber keinerlei finanzielle Unterstützung von staatlicher Seite zu erwarten ist.

Generell stehen zur Finanzierung des Dritten Sektors, so unterteilt es Haibach (1998, 479), folgende drei Einnahmequellen zur Verfügung: öffentliche Mittel, private Spenden und Leistungsentgelte (d.h. private Gebühren). Eine vor wenigen Jahren durchgeführte Studie (vgl. Salamon/Anheier 1996) zur Zusammensetzung des Non-Profit-Sektors (NPOs) im internationalen Vergleich zeigt, dass nationale Traditionen des Umgangs mit

Anliegen, die das Gemeinwohl betreffen, prägend sind. In Deutschland² ist die Finanzierung von NPOs viel stärker auf öffentliche Geldgeber orientiert, als dies in vielen anderen Ländern der Fall ist (vgl. Salamon/ Anheier 1996). Diese Staatsorientierung in der Einnahmenstruktur der NPOs zeigt sich im hier behandelten Sektor der österreichischen nichtkommerziellen Radios ebenso stark; zugleich zeigt sich beim Überhang der öffentlichen Finanzierung auch die Vulnerabilität dieses Systems. Auch aus diesem Grund scheint es für Organisationen des Dritten Sektors angebracht, eine Mischfinanzierung anzustreben, wie dies auch von Seiten der evaluierten österreichischen Radios gewünscht und in die Wege geleitet wird. Wie Haibach (1998, 480-484) ausführt, kommt es bei Organisationen des Dritten Sektors oftmals zu einer Tabuisierung der Geldproblematik, zu Widerstand gegen betriebswirtschaftliche Maßstäbe, zur Produktorientierung statt Marketingorientierung. Daraus folgt die Vernachlässigung der professionellen Handhabung des Fundraising.³ Es muss allerdings gesehen werden, dass eine Mischfinanzierung unterschiedliche Qualifikationen der Mitarbeitenden der NPOs erfordert, die oftmals nicht vorhanden (und aus Finanzmangel auch nicht zukaufbar) sind. Generell kann aber von einzelnen Organisationen des Dritten Sektors (wie z.B. den nichtkommerziellen Radios) nicht erwartet werden, dass sie gewachsene nationale Traditionen, die Gemeinwohlförderung betreffend, im Alleingang verändern könnten oder sollten. So wird im Folgenden bei der Darstellung der Finanzierungsvorschläge auch verstärkt – aber nicht ausschließlich – auf öffentliche Finanzierungsmodelle abgestellt.

3 Finanzierungsmodelle nichtkommerzieller Radios

Zu unterscheiden sind grundsätzlich drei Formen der Finanzierung:⁴ erstens Formen der privaten Finanzierung (über HörerInnen, Unternehmen und/oder Eigenleistungen), zweitens verschiedene Formen staatlicher Unterstützung und drittens kostenreduzierende Maßnahmen. Die Erfahrungen in verschiedenen Ländern und erste Erfahrungen in Österreich zeigen, dass nichtkommerziellem Radio verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten wie folgt zur Verfügung stehen.

3.1 Private Finanzierungsmodelle

3.1.1 Durch KonsumentInnen

KonsumentInnen nichtkommerzieller Radios sind einerseits die HörerInnen, andererseits die Be-NutzerInnen (externe ProduzentInnen) ebendieser Radios. Dementsprechend können von (potentieller) Konsumentenseite einerseits Einkünfte über Listener-

2) Österreich war in die Untersuchung der Hopkins University nicht einbezogen, hat aber in dieser Fragestellung eine ähnliche Tradition wie Deutschland.

3) Über die negativen Auswirkungen und möglichen Lösungsvorschläge wird in diversen Beiträgen in Strachwitz (1998) ausführlich berichtet.

4) Hierbei verweise ich im Besonderen auch auf die Untersuchungen von Dorer (z.B. in Dorer/Baratsits 1995).

Sponsoring (HörerInnen-Beiträge), Spenden, Mitgliedsbeiträge, Solidaritätsveranstaltungen oder der 'Radiosteuer' generiert werden, andererseits über die KonsumentInnen (NutzerInnen) von Radioinfrastruktur zur Programmsendung, hier besonders über Entgelte zur Überlassung der Infrastruktur. Zweiteres kollidiert oft mit dem Selbstverständnis des offenen Zugangs der nichtkommerziellen Radios, ersteres braucht entweder eine homogene Zielgruppe oder einen großen PR-Aufwand, der wiederum Kosten verursacht.

3.1.2 Durch Kooperation mit Wirtschaftsbetrieben

Die Zusammenarbeit mit Wirtschaftsbetrieben kann über Quersubventionierung und über Gegengeschäfte erfolgen, ist auch über Mergers möglich, oder über selbstbezahlte Sendungen der Wirtschaftsbetriebe. Traditionelle Formen der Marktbeziehungen über Werbung bzw. Sponsoring sind für nichtkommerzielle Radios aufgrund ihres Selbstverständnisses und des daraus resultierenden Outputs oft nur eingeschränkt möglich (zumeist ist ja Werbefreiheit ein zentrales Prinzip). Aber auch für andere Formen der Kooperation und für Sponsoring sind die Anforderungen hoch, da jegliche Form der Beeinflussung des Inhalts abgelehnt wird, wie auch die inhaltliche Ausrichtung nichtkommerzieller Radios für die werbende Wirtschaft zumeist nicht attraktiv ist.

3.1.3 Durch Eigenleistungen

Eine weitere Form der privaten Finanzierung kann über Eigenmittel und Eigenleistungen der im Radio Beschäftigten oder der Eigentümer erfolgen, besonders in Form von unbezahlter oder unterbezahlter Arbeit oder von verlorenen Zuschüssen (=Spenden).

3.2 Öffentliche Finanzierungsmodelle

In zahlreichen europäischen Ländern ist es üblich, dass der Staat für nichtkommerziellen Rundfunk verschiedene Unterstützungsmaßnahmen vorsieht. Die Begründung dafür liegt in den spezifischen Leistungen, die nichtkommerzieller Rundfunk in Bezug auf die Erhaltung der kulturellen Vielfalt und Meinungsvielfalt erbringt. Nichtkommerzieller Hörfunk ist in den meisten Fällen Lokalradio und füllt gerade jene Nischen, die von öffentlich-rechtlichen wie auch privaten kommerziellen Rundfunkanbietern vernachlässigt werden. Beispiele dafür sind Programme für den ländlichen Raum, für Minderheiten und Randgruppen, für Universitäten sowie Programme in Regional- und Minderheitensprachen. Gerade weil der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch Konkurrenz zu privaten Rundfunkanbietern mit Selbstkommerzialisierung des Programmangebots reagiert und Gefahr läuft, dem gesetzlich vorgeschriebenen Bildungs- und Kulturauftrag immer weniger gerecht zu werden, können freie Radios eine notwendige Ergänzung der Rundfunklandschaft bieten. Sie wirken im Idealfall an der gesellschaftlichen Integration

von Randgruppen und Subkulturen mit und tragen mit ihrem Informationsangebot zu einer Vielfalt der Meinungen bei.

Die staatliche Unterstützung erfolgt dabei sowohl auf Bundes- und Landesebene wie auch auf Kommunalebene. Zuständige staatliche Stellen sind in der Regel die Ministerien für Kultur, Bildung, Medien oder Soziales. Für Universitätssender sind zum Teil auch die jeweiligen Ministerien für Wissenschaft zuständig. In einigen Ländern beteiligen sich kommunale Stellen direkt (Spanien, Frankreich) oder indirekt (Niederlande) an nichtkommerziellen Sendern. Gerade auf kommunaler Ebene ist allerdings die Gefahr der politischen Einflussnahme nicht ausgeschlossen.

3.2.1 Gebührensplitting

Das Modell des Gebührensplitting, in der Schweiz und in manchen deutschen Ländern praktiziert, sieht eine Umverteilung von Gebühreneinnahmen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten an nichtkommerzielle Rundfunkanbieter vor. Beim deutschen Modell wird von den 2 Prozent der Gebühren, die die Landesmedienanstalten zur Erfüllung ihrer Aufgaben von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erhalten, ein Teil zur Förderung von Bürgermedien verwendet (vgl. Plaß 2001; www.BAKOM.ch).

3.2.2 Fondsmodelle

Beim Fondsmodell zahlen private und öffentlich-rechtliche Rundfunkbetreiber einige wenige Prozent ihrer Werbeeinnahmen in einen Fonds ein, welcher dann an werbefreie nichtkommerzielle Sender verteilt wird. Solche Modelle werden in Frankreich oder auch in Skandinavien praktiziert, und seit einigen Jahren auch in Ungarn, wo zwischen 0,5% und 1% aus einem Rundfunkfonds, der sich aus Rundfunkgebühren, staatlichen Zuschüssen, Lizenzgebühren, Strafen bei Verstößen gegen Rundfunkgesetz etc. zusammensetzt, an Freie Radios und sog. Public Broadcaster (private Radios mit Bildungs- und Kulturauftrag) vergeben werden (vgl. www.hif.hu/indexle.htm).

Es darf nicht vergessen werden, dass sehr wohl auch in Österreich bereits solche Finanzierungsvorschläge für nichtkommerzielle Radios getätigt wurden (z.B. im Entwurf der Grünen zum Privatradiogesetz (1993), wie auch in den Vorschlägen der Arbeiterkammer dazu), die allerdings niemals realisiert wurden (vgl. Grisold 1996, 240ff). Von Seiten der Grünen wurde ein Radiofonds vorgeschlagen, gespeist aus einer dreiprozentigen Abgabe der durch Werbeeinschaltungen im Hörfunk (öffentlich-rechtlich und privatwirtschaftlich) erzielten Einnahmen. Auch die Arbeiterkammer wollte „Bürgerstudios“ durch eine Umlage auf die Einnahmen der Radiowerbung sowohl bei den privaten als auch bei den öffentlich-rechtlichen Veranstaltern sicherstellen (vgl. IKUS 1993, 35)⁵.

5) Für 1998 betragen die Werbeeinnahmen aus Hörfunk 1.770 Mio. öS, d.h. der Fonds hätte Einnahmen von 53 Mio. öS zu verzeichnen gehabt.

3.2.3 Steuerliche Anreize

Steuerliche Anreize für potentielle Investoren stellen indirekte staatliche Förderungen dar, die sich über den Entgang der Einkommenssteuer ergeben. Sie verbilligen (über reduzierte Einkommensbesteuerung) Investitionen und erleichtern sie damit. Dies gilt für kommerzielle Investoren selbstverständlich nur dann, wenn auch zukünftige Erträge (*returns on investment*) zu erwarten sind; für Investitionen, die als Spenden gedacht sind, erfolgt der Teil der entgangenen Steuer als öffentliche Finanzierung. Derzeit wird dieses Modell in einigen europäischen Ländern (z.B. Deutschland oder Irland) zur Filmfinanzierung angewandt.

3.2.4 Kulturpolitische Förderungen

Die in Österreich vorherrschende öffentliche Förderungsart ist jene der kulturpolitischen Förderung. Sie ist an inhaltliche Kriterien der Programmgestaltung bzw. Programmausrichtung geknüpft (vgl. Knoche et al. 2001, 227ff).

3.3 Kostenreduzierende Maßnahmen

Überwiegende Teile der Maßnahmen zur Kostenreduzierung in nichtkommerziellen Radios stellen Formen indirekter staatlicher Subventionierungen dar.

3.3.1 Arbeitsmarktförderungen

Die Personalförderung durch Arbeitsplatzbeschaffungsmaßnahmen hat nicht nur einen positiven Effekt für die Organisationen bzw. Unternehmen, sondern auch für die Gesamtwirtschaft, da die über Arbeitsmarktförderungen finanzierten Personen weiter qualifiziert und – wenn auch zeitlich befristet – in den Arbeitsmarkt integriert werden. Insofern erfüllen die Unternehmen eine Ausbildungsfunktion. Solche Förderungen der aktiven Arbeitsmarktpolitik werden besonders in Deutschland und Österreich praktiziert und auch für nichtkommerzielle Medien angewandt.

3.3.2 Steuerliche Erleichterungen

Wie im Falle der Presseförderungsarten bei Printmedien (vgl. Grisold 1996, 170-182) wären gleichermaßen im Rundfunksektor steuerliche Erleichterungen oder sonstige kostensenkende Maßnahmen denkbar. Bei ihnen muss allerdings berücksichtigt werden, dass sie oftmals kleinere Unternehmen mit geringeren Kosten weniger begünstigen als große. Die Einnahmen- und Kostenverteilung der österreichischen nichtkommerziellen Radios zeigt sehr deutlich, dass diese Form der indirekten staatlichen Unterstützungen für nichtkommerzielle Radios nie vorgesehen war (im Gegensatz zu Printmedien, die staatliche Stützungsmaßnahmen wie etwa den ermäßigten Post-Zeitungsversand, wenn

auch in den letzten Jahren drastisch eingeschränkt, so doch lange Jahre hindurch erhalten haben).

3.3.3 Investitionsförderungen

Notwendige Investitionen zu tätigen stellt für kleine Unternehmen oft eine große Hürde dar. Sie über gezielte Förderungen (oder rückzahlbare Zuschüsse) zu ermöglichen, hilft kleinen und mittleren Unternehmen, am Markt bestehen zu können, und verbessert den gesamtwirtschaftlichen Ausstattungsgrad. Als Beispiel sei die Regelung in Niedersachsen kurz dargestellt.⁶ Investitionen in nichtkommerziellen lokalen Hörfunk werden laut Plaß (2001, 178ff) folgendermaßen gefördert: Investitionen für Produktions- und Sendeausstattung (bis zu 228.000 DM), Investitionen für Geschäftsausstattung (bis zu 42.000 DM), Baumaßnahmen und Elektroinstallationen (bis zu 80.000 DM), laufende Personalkosten und Sachkosten (bis 644.000 DM/Jahr). Nach Ablauf eines Betriebsjahres wird für studioteknische Nachrüstung bis zu 12.000 DM bezahlt. Über Förderung von Ersatzbeschaffungen wird in jedem Einzelfall entschieden.

Irland sieht für seine *Community Radios* indirekte Investitionsförderung vor allem in 'Humankapital' vor, indem Weiterbildung und Vernetzung subventioniert werden, welche die berufliche (programmliche, technische, aber auch betriebswirtschaftliche) Expertise und Qualifikation erhöhen sollen (vgl. IRTC 1999).

4 Finanzierungspraxis österreichischer nichtkommerzieller Radios⁷

Die Finanzierung nichtkommerzieller Radios in Österreich erfolgt auf sehr differenzierte Weise, aber mit einem starken Überhang der Einnahmen aus Subventionen (von über zwei Drittel). Weiters kommen im Durchschnitt rund 7 Prozent der Einnahmen aus dem Verkauf von Gütern oder Dienstleistungen (Produktionserlöse, NutzerInnen-Beiträge, Verkauf von Kompetenzen und von Sendezeit), weitere 3 Prozent aus privater Hand (Mitgliedsbeiträge, Sponsoring, Abonnements und Spenden), und 5 Prozent entfallen auf sonstige Einnahmen wie z.B. eigene Veranstaltungen oder Übertragungen. Auf der Ausgabenseite fällt der Faktor Arbeitskraft mit 43% der Gesamtkosten ins Gewicht. Ein Viertel des Jahresbudgets wird für Investitionen verwendet, die Übertragungskosten machen 10% aus, Büro- und Sachkosten weitere 17%.

Betrachten wir nun die Arbeitsleistung, die für nichtkommerzielle Radios erbracht wird, so wird zirka die Hälfte dieser Arbeitsleistung von internen unbezahlten Mitarbeitenden erbracht. Dabei wurde auch empirisch bestätigt, wie sehr der Faktor Idealismus bzw. freiwillige Mitarbeit in die betriebswirtschaftliche Betrachtung einzubeziehen ist. Im Durchschnitt besteht ein Radioteam aus durchschnittlich 9,8 ständigen be-

6) Für eine genaue Darstellung siehe Plaß (2001).

7) Die Daten beziehen sich auf 1999; siehe für eine detaillierte Analyse Knoche et al. (2001, 206-254).

zahlten MitarbeiterInnen und 9,5 freiwilligen unbezahlten MitarbeiterInnen, die in die nichtkommerzielle Radioproduktion involviert sind. Zusätzlich sind zumeist noch unbezahlte externe MitarbeiterInnen tätig. Ein bedeutender Teil der Arbeit erfolgt somit in Form unbezahlt erbrachter Leistungen. Im Durchschnitt können pro Radio nur 7,1 Stellen im vollen Beschäftigungsausmaß finanziell abgegolten werden, wobei hiervon 30 Prozent über AMS-Maßnahmen finanziert werden; bei zwei Dritteln der Radios gibt es zumindest einen von der Arbeitsmarktverwaltung für die Dauer eines Jahres geförderten Arbeitsplatz.

Angesichts der vergleichenden Darstellung der ökonomischen Situation der nichtkommerziellen Radios 1999/2002 (vgl. Beitrag vom Livia Lindner in diesem Heft) ist es nicht weiter verwunderlich, dass kaum Zufriedenheit mit dem Stand der Finanzierung des jeweiligen Radios besteht. Als Gründe für die Unzufriedenheit mit der finanziellen Situation werden von Seiten der Radios genannt: Unwürdigkeit der finanziellen Situation; Unsicherheit, wie viel an Subventionen es geben wird (besonders seit dem Regierungswechsel im Februar 2000).

Grundsätzlich ist eine verbesserte Finanzsituation in Unternehmen entweder über eine Erhöhung der Erträge oder über eine Reduzierung der Kosten zu erreichen. Zweiteres ist im Falle der nichtkommerziellen Radios aber kaum möglich, die Kosten sind bereits so niedrig gehalten, dass weitere Einsparungen unmöglich scheinen. Wie es Herr Gatnar von *Radio Stephansdom* (als einem im Vergleich finanziell gut ausgestatteten Radio) im Interview ausdrückte: „Eine Kostensenkung ist nicht möglich, im letzten Jahr haben wir nicht einmal 10 Millionen Schilling ausgegeben, das ist für ein 24 Stunden Radio ein unglaublicher Wert, noch weniger auszugeben würde heißen, auf wesentliche Programmteile zu verzichten.“

Die Überlegungen nichtkommerzieller Radios zu weiteren Finanzierungsmöglichkeiten erstrecken sich vorrangig auf private Finanzierungsmodelle: Sponsoring über Unternehmen, das Gewinnen von AbonnentInnen- und HörerInnenbeiträgen, zu einem geringeren Teil noch auf Kooperationen zur Generierung von (eventuell öffentlichen) Projektgeldern. Einhellige Meinung der Interviewten ist, dass neben den Subventionen ein zweites Finanzierungs-Standbein aufgebaut werden soll. Wie dies aussehen soll, wird von den Radios sehr unterschiedlich gesehen. Einige der nichtkommerziellen Radios setzen auf ein zweites kommerzielles Standbein: neben dem Radio wird über eine kommerzielle Firma z.B. Audioproduktion fürs Internet produziert. Andere sehen Beiträge von AbonnentInnen und HörerInnen als „langfristig einzigen Weg, Unabhängigkeit zu garantieren“. Die Grenzen dieser Finanzierungsart beschreibt *Orange 94,0* als das Radio, welches mit 1.300 die höchste Zahl an AbonnentInnen aufweist: dort ist man der Meinung, dass die Grenze des Möglichen damit bereits erreicht ist. Bei den beiden ländlichen Radios (*Radio Frequenns* und *Freies Radio Salzkammergut*) wird versucht, eine Erhöhung der Finanzierung über den Schulungs- und Schulbereich (Jugendförderung) in Zusammenarbeit mit anderen Kulturbetrieben als Projektförderung zu erreichen. *Radio Helsinki* hat das Kriterium entwickelt, maximal 25% der Sendezeit zu verkaufen,

um damit die anderen drei Viertel produzieren zu können; sie stellen auch Überlegungen an, ihr *Know how* z.B. an Kaufhäuser als Dienstleistung zu verkaufen. Die Finanzierungssituation der beiden kirchlichen Radios ist unterschiedlich: einerseits finanziert sich Radio Maria ausschließlich über Spenden von Einzelpersonen, im Gegensatz dazu wird Radio Stephansdom zu 90% von der Erzdiözese finanziert. *Radio Stephansdom* möchte die Erwirtschaftung von Deckungsbeiträgen über Werbung und Sponsoring erhöhen, die Finanzierung über das Kapital des Eigentümers sehen sie aus der Anlaufphase heraus begründet.

Die Schwierigkeiten der Finanzierung nichtkommerzieller Radios haben MitarbeiterInnen der Radiofabrik prägnant zusammengefaßt: „Die Gefahr liegt darin, dass die öffentlichen Förderungen gekürzt werden, es wird sehr schwierig sein, alles privat zu finanzieren. Außerdem kann es keine Lösung sein, alles privat zu finanzieren. Dann wäre man in einer ähnlichen Situation wie ein kommerzieller Sender. Es wird immer auch öffentliche Aufgabe sein müssen, wenn man von der Idee nichts abgeben will.“

5 Resümee

Setzen wir die Finanzierungspraxis in Bezug zum skizzierten Konzept der alternativen Ökonomie, so wird ersichtlich, dass die Finanzierung nichtkommerzieller Radios von diesem Konzept in Teilen abweicht. Die außerhalb des alternativ-ökonomischen Produktionsprozesses erzielten Einkünfte bilden keine tragfähige ökonomische Basis nichtkommerzieller Radios. Zwar finanzieren sich nichtkommerzielle Radios vorrangig über Subventionen, da speziell für nichtkommerzielle Radios designierte staatliche Maßnahmen aber nicht vorhanden sind, wird die Generierung von Subventionen aus sonstigen Budgetposten als extrem aufwendig und mühsam sowie unsicher erlebt. Dies stellt eine politische Entscheidung dar, denn gerade für nichtkommerziellen Rundfunk wurden in anderen Staaten Finanzierungsmodelle entwickelt, die die Einbeziehung staatlicher Unterstützung und umzuverteilender Revenuen mitberücksichtigten (vgl. Dorer/Busch 1995; Plaß 2001).

Die weitgehend strikte Abkoppelung vom Werbemarkt führt dazu, dass nichtkommerzielle RadiobetreiberInnen kreativ mit den möglichen Finanzierungsformen umgehen müssen. Um einer einseitigen Beeinflussung der Programminhalte zu entgehen, wird von Radiostationen versucht, verschiedene Typen der Finanzierung nebeneinander zu praktizieren. Allerdings gibt es Einschränkungen bezüglich bestimmter Finanzierungsformen, z.B. werden Spenden von Unternehmen nur dann angenommen, wenn das spendende Unternehmen die Ideologie des Senders mitträgt oder der Sponsor ein ehemaliger Mitarbeitender war, sodass die Spende als Solidarbeitrag verstanden werden kann, mit dem kein Einfluss auf das Programm zu erwarten ist.

Die Untersuchung zeigt sehr deutlich, dass die Finanzierung nichtkommerzieller Radios nach anderen Grundsätzen erfolgt als jene der kommerziellen privaten Radios, aber

auch als der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Zweitere finanzieren sich zum überwiegenden Teil (bzw. bis zu 100%) aus Werbeeinnahmen; eine weitaus geringere Bedeutung haben Einnahmen aus dem Verkauf von Sendezeit. Die Unterscheidung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist, dass diesem garantierte Einnahmen aus Gebühren zur Verfügung stehen, auf die nichtkommerzielle Radios in Österreich nicht zählen können. Die staatliche Unterstützung für nichtkommerzielle Radios nimmt sich dabei absolut betrachtet ungleich bescheidener aus als jene, die über Rundfunkgebühren für öffentlich-rechtlichen Rundfunk ermöglicht wird.

Die Funktionen nichtkommerzieller Medien können aus alternativ-ökonomischer Sicht wie folgt zusammengefasst werden:

- Inhaltliche Gestaltung der Programme nicht nach der Waren-Logik
- Die Befriedigung immaterieller, nicht-ökonomischer Bedürfnisse
- Access – der Zugang zur Medienproduktion für prinzipiell alle.

Mit einer Befreiung von Existenzsorgen würde, so die Argumentation der Alternativen Ökonomie, die Möglichkeit zur Programmgestaltung abseits der Warenlogik auch für Personen ohne Einkommen aus Besitz oder Vermögen möglich gemacht werden. Zusammenfassend lässt sich bei allen Freien Radios auch das Bemühen um die als zentral erachtete Funktionserfüllung des offenen Zugangs (Public Access) nichtkommerzieller Radios deutlich erkennen. Trotzdem: Die Argumentation, dass nichtkommerzielle Medien keine Gegenmacht darstellen können, da sie zu klein, zu marginal sind, eher eigene kleine Interessensgruppen bedienen, denn eine Öffentlichkeit herzustellen imstande sind (im Sinne von öffentlicher Meinung beeinflussen), ist aus der Makrosicht der politischen Ökonomie nicht von der Hand zu weisen. Die Realisierung von nichtkommerziellen Medien als Gegengewicht zu ökonomisch determinierten Massenmedien krankt auch an der Notwendigkeit der Finanzierung, d.h. der ökonomischen Erfordernisse, die auch für nichtkommerzielle Medien gelten.

Die grundsätzliche Schwierigkeit, die im Zusammenhang von Ökonomie und nichtkommerziellen Radios gesehen werden muss, ist, dass ProfessionistInnen aufgrund der fehlenden Finanzierung nichtkommerzielles Radio nicht betreiben werden, andere RadioveranstalterInnen aber nicht in einem breiteren Umfang gehört werden. Damit beschränkt sich nichtkommerzielles Radio auf die Vermittlung nicht *zwischen* einzelnen gesellschaftlichen Gruppen, sondern nur *innerhalb* solcher. Es ist daher als ein Akt der Menschenrechte zu fordern, aber nicht mit der Hoffnung auf ein Diskussionsforum in einem größeren Rahmen zu begründen, es sei denn, man hängt der konservativen ökonomischen Denkrichtung an, dass jedes Angebot sich selbst seine Nachfrage schaffe.

Literatur

- Bammé**, Arno (1994): Alternative Ökonomie. Wien.
- Bundesgesetz** über die Veranstaltung privaten Hörfunks (Privatradiogesetz). Alternativentwurf der Grünen (RRGG) 1993.

- Dorer**, Johanna/**Busch**, Brigitte (1995): Finanzierungsmodelle nichtkommerzieller Rundfunkanbieter. In: **Dorer**, Johanna/**Baratsits**, Alexander (Hg.). Radiokultur von morgen. Ansichten – Aussichten – Alternativen. Wien, 236-251.
- Giarini**, Orio/**Liedtke**, Patrick (1998): Wie wir arbeiten werden. Der Neue Bericht an den Club of Rome. Hamburg.
- Grisold**, Andrea (1996): Regulierungsreformen am Mediensektor – der 'Fall' Österreich. Frankfurt am Main/New York/Bern.
- Grisold**, Andrea (1998): Kopf oder Zahl? Konzentrationsprozesse und Regulierungsreformen am Mediensektor. In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft, H. 2, 129-142.
- Grisold**, Andrea (2002): Was haben Pavarotti und Fordismus gemein? Produktionsbedingungen in den Kulturindustrien am Beispiel Fernsehen: Habilitationsschrift. Wien
- Gubitzer**, Luise (1999): Grundlagen einer Alternativen Politischen Ökonomie als Theorie einer Zweiten Großen Transformation. Habilitationsschrift. Wien.
- Haibach**, Marita (1998): Spezifika der Finanzierung des Dritten Sektors. In: **Strachwitz**, Rupert Graf (Hg.). Dritter Sektor – Dritte Kraft. Versuch einer Standortbestimmung. Stuttgart, 475-490.
- IKUS** (Institut für Kulturstudien) (1993): Radiokultur. Vom Monopol zum Kommerz. IKUS-lectures 10/1993.
- IRTC** (1999): IRTC Community Radio support scheme. Dublin.
- Knoche**, Manfred/**Grisold**, Andrea/**Hirner**, Wolfgang/**Lauggas**, Meike/**Wagner**, Ulrike (2001): Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich. Unveröff. Forschungsbericht. Salzburg: Institut für Kommunikationswissenschaft.
- Rifkin**, Jeremy (1998): Der Dritte Sektor braucht eine Identität. In: **Strachwitz**, Rupert Graf (Hg.). Dritter Sektor – Dritte Kraft. Versuch einer Standortbestimmung. Stuttgart, 519-534.
- Rifkin**, Jeremy (2000): Access. Das Verschwinden des Eigentums. Frankfurt am Main.
- Plaß**, Stefan (2001): Medienpolitik in Niedersachsen. Eine Politikprozeß-Analyse zur Einführung nichtkommerziellen lokalen Hörfunks und Offener Kanäle. Hamburg.
- Salamon**, Lester/**Anheier**, Helmut (1996): The Emerging Nonprofit Sector. An Overview. Manchester.
- Saundry**, Richard/**Nolan**, Peter (1998): Regulatory Change and Performance in TV-Production. In: Media, Culture and Society, H. 3, 409-426.
- Schwendter**, Rolf (Hg.) (1979): Zur Alternativen Ökonomie, Band II. München.
- Strachwitz**, Rupert Graf (Hg.) (1998): Dritter Sektor – Dritte Kraft. Versuch einer Standortbestimmung. Stuttgart.

www.hif.hu/indexle.htm: Hungarian Act No.1, 1996 on Radio and Television Services, Section 77, 78.
www.BAKOM.ch, 4.7.2001

Livia Lindner

Wirtschaftliche Situation Freier Radios in Österreich 1999/2002

In diesem Beitrag wird die Entwicklung der wirtschaftlichen Situation Freier Radios in Österreich für die Jahre 1999 und 2002 behandelt. Die Daten für 1999 wurden im Rahmen des Salzburger Forschungsprojekts „Entstehung und Entwicklung freier nicht-kommerzieller Radios in Österreich“ (vgl. Knoche et al. 2001) gewonnen; für 2002 wurde eine eigenständige Fragebogen-Erhebung bei den Freien Radios durchgeführt. Der Jahresvergleich bezieht sich auf die Gesamtheit derjenigen acht Freien Radios, die in beiden Jahren auf Sendung waren:¹ Radio Orange 94,0 (Wien), Radio FRO (Linz), Radio AGORA (Klagenfurt), Radiofabrik (Salzburg), Freies Radio Salzkammergut (Bad Ischl), Radio Helsinki (Graz), Freequeens (Liezen) und Freirad (Innsbruck).²

1 Finanzierungsproblematik

Die Finanzierung des so genannten Dritten Sektors, zu dem die Freien Radios hinzuzurechnen sind (vgl. Beiträge von Andrea Grisold und Manfred Knoche in diesem Heft), ist schon theoretisch ein kaum gelöstes Problem, dessen praktische Relevanz auch anhand der hier präsentierten Daten zur Entwicklung der Finanzierung Freier Radios in Österreich von 1999 bis 2002 deutlich wird. Der wachsenden Ungewissheit, welche staatliche Subventionen (von Gemeinden/Städten, Bundesländern, Bund und EU) es in welchem Umfang für welchen Zeitraum geben wird, wird durch eine Erweiterung der „eigenwirtschaftlichen“ Finanzierung und/oder durch Reduzierung der Kosten begegnet.

Im Falle von Freien Radios ist dies eine Finanzierung durch die HörerInnen (Zielgruppe des Senders), durch Eigenleistung und Eigenmittel der ProgrammiererInnen und RadiobetreiberInnen sowie durch Unternehmen der privaten Wirtschaft. Eine Finanzierung über Werbeeinnahmen wird bislang aus prinzipiellen Gründen abgelehnt, da dadurch die inhaltliche Autonomie des Mediums gefährdet wäre. Außerdem sind Freie Radios aufgrund ihres Inhaltes und ihrer zahlenmäßig zu kleinen Zielgruppe für Werbetreibende weniger attraktiv, da ein werbefreundliches Programmumfeld nicht vorhanden ist und Kriterien wie Einschaltquoten bzw. Marktanteile nicht angewandt

1) Nicht einbezogen wurden die beiden kirchlichen Sender Radio Stephansdom und Radio Maria, die keine Freien Radios sind, aber 1999 als nicht-kommerzielle Sender in die Untersuchung einbezogen worden waren. Radio MOR (Pinkafeld) hat im August 2000 seine Programmaussendung eingestellt, von Radio Proton (Dornbirn) waren für 2002 keine Daten zu bekommen, 97,9 FM (Graz) hat sich zu einem kommerziellen Sender entwickelt.

2) Da Freirad 1999 noch nicht auf Sendung war, konnten Daten zu diesem Sender nur für 2002 dargestellt werden.

werden können (vgl. Dorer/Busch 1995, 238). Unter Finanzierung durch HörerInnen werden Mitgliedsbeiträge, Abos und Spenden verstanden, unter Eigenleistung der ProgrammiererInnen und RadiobetreiberInnen die Zurverfügungstellung von Arbeitskraft ohne oder gegen geringe Bezahlung. Hinzu kommt der Verkauf von Sendezeit und Kompetenzen, was in diesem Fall für entgeltliche Angebote von Workshops, Seminaren und Lehrgängen zum theoretischen und praktischen Radiobereich steht.

Von privatwirtschaftlichen Unternehmen bzw. Organisationen werden Freie Radios in Form von Spenden oder Sponsoring finanziert, was zum Beispiel bei Veranstaltungen (Events) eine wichtige Grundlage darstellt. Diese Erschließung privater Quellen ist unter dem Begriff Fundraising bekannt und bedeutet wörtlich Kapitalbeschaffung. Beim Fundraising geht es um die Erstellung einer Kommunikationsstrategie für die Beschaffung von Finanzmitteln, und zwar vor allem für Mittel, die nicht nach klaren Förderkriterien vergeben werden und nicht regelmäßig fließen (vgl. Haibach 2002, 19).

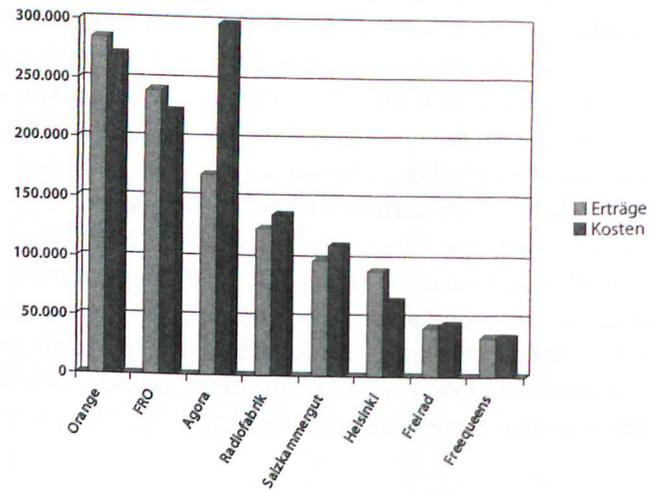
2 Verhältnis Kosten – Erträge

Der grundsätzliche Unterschied zwischen öffentlichen und privaten Unternehmen ist die unterschiedliche Zielsetzung, das bedeutet, das Ziel öffentlicher Unternehmen ist die Erfüllung einer öffentlichen Aufgabe zum Zwecke der Gemeinwohlsteigerung, für privatwirtschaftliche Unternehmen ist es das Sach- oder Leistungsziel einer Gewinnmaximierung des in der Regel privaten Kapitals (vgl. Kiefer 1997, 4-8). Andere Intentionen haben nicht-kommerzielle Anbieter, die sich zumeist einem kulturellen Radioverständnis verbunden sehen. Ihre Funktion ist die Herstellung von Gegenöffentlichkeit, das Aufgreifen von alternativen Themen und damit nicht das Erreichen von großen Reichweiten und Marktanteilen. Daraus folgt, dass die Freien Radios grundsätzlich nicht Gewinn orientiert arbeiten, sondern nach dem Kostendeckungsprinzip wirtschaften, d.h. sie versuchen, mit geringsten Mitteln bei möglichst niedrigen Kosten eine bestmögliche Programmleistung zu erbringen.

Betrachtet man die Kosten- und Ertragsituation der Freien Radios 2002 (vgl. Abb. 1), fällt sofort Radio Agora ins Auge. Schon 1999 gehörte es vor Radio Orange und Radio FRO zu den Radios mit den größten Umsätzen. Für 2002 ergab sich ein eklatanter Ertragsrückgang, so dass der Sender stark in die Verlustzone geriet. Das Defizit entstand dadurch, dass für das Jahr 2002 die Volksgruppenförderung des Bundes für diesen mehrsprachigen Sender (für sprachliche Minderheiten) eingestellt wurde. Zwar konnte das Defizit im Jänner 2003 durch Zahlungen des ORF auf Basis eines Kooperationsvertrages zwischen ORF und Agora kurzfristig ausgeglichen werden, aber für 2003 gab es dann weder Mittel aus der Volksgruppenförderung des Bundes noch aus einem Kooperationsvertrag mit dem ORF, so dass ein weiteres Defizit nur durch Kündigung von 6 (von 7) MitarbeiterInnen zum April 2003 verhindert werden konnte.³

3) Laut Auskünften der Geschäftsführerin des Senders, Angelika Hödl. Das weitere Überleben von Agora soll 2004 über noch ungewisse Spenden-Einnahmen, Überbrückungsmittel der Organisation der slowenischen Sprachengruppe, den Verkauf einer Benefiz-CD und durch EU-Projektmittel gesichert werden.

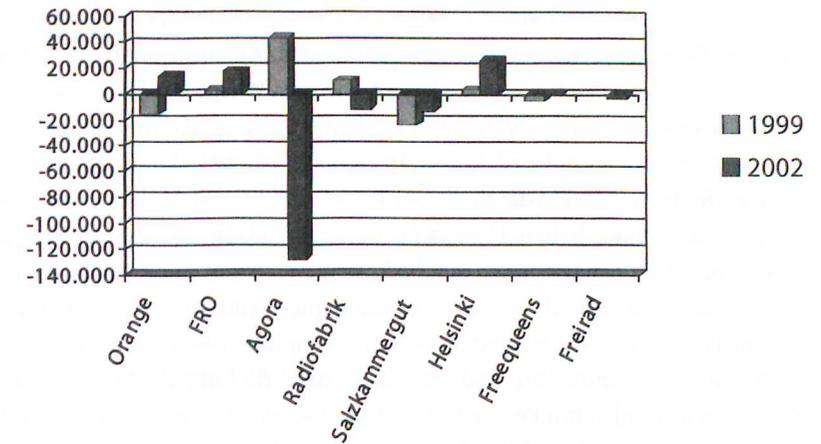
Abbildung 1: Kosten und Erträge pro Radio 2002 (in €)



In Abb. 1 lassen sich zusätzlich drei Gruppierungen von Radios erkennen: Freirad (Freies Radio Tirol), seit Juli 2002 on air, und Freequeens arbeiten mit geringsten Mitteln unter € 50.000,--. Radio Helsinki, Freies Radio Salzkammergut und die Salzburger Radiofabrik halten den Sendebetrieb mit Mitteln um die € 100.000,-- aufrecht. Radio Orange und FRO (Freies Radio Oberösterreich) erwirtschafteten Beträge von mehr als € 200.000,-- und bilanzieren – als einzige neben Radio Helsinki – mit einem positiven Ergebnis. Bei Radio Agora, der Radiofabrik, Freiem Radio Salzkammergut und Freequeens dagegen übersteigen die Kosten die Erträge, allerdings in unterschiedlichem Ausmaß.

Die Differenzen von Kosten und Erträgen werden in Abb. 2 pro Radio als Vergleich der Ergebnisse von 1999 und 2002 dargestellt. Radio FRO und Helsinki konnten als einzige in *beiden* Vergleichsjahren einen, zum Teil allerdings nur geringen, Überschuss erwirtschaften. Von Überschuss zu Verlust ging die Entwicklung bei Agora und bei der Radiofabrik Salzburg. Das hohe Minus bei Agora wurde bereits weiter oben erklärt; im Vergleich zu 1999 gab es 2002 eine Einnahmen-Differenz von € 171.830,--. Für die Radiofabrik wirkte sich ungünstig aus, dass die Einnahmen aus staatlicher Förderung nicht entsprechend der enormen Steigerung der Sendezeit (von 5 Stunden pro Woche 1999 zu 103 Stunden pro Woche 2002) gesteigert werden konnten. Freies Radio Salzkammergut, das ebenfalls eine kürzere wöchentliche Sendezeit (106 Stunden) im Vergleich zu den anderen Radios (168 Stunden) hat, weist als einziges Radio in beiden Vergleichsjahren ein Defizit aus. Leicht positiv entwickelt hat sich die wirtschaftliche Situation für Radio Orange und Freequeens: Vom Defizit zum (geringfügigen) Überschuss. Freirad (Freies Radio Tirol) war 1999 noch nicht auf Sendung, somit ist für dieses Radio – auch in den folgenden Abbildungen – kein Jahresvergleich möglich.

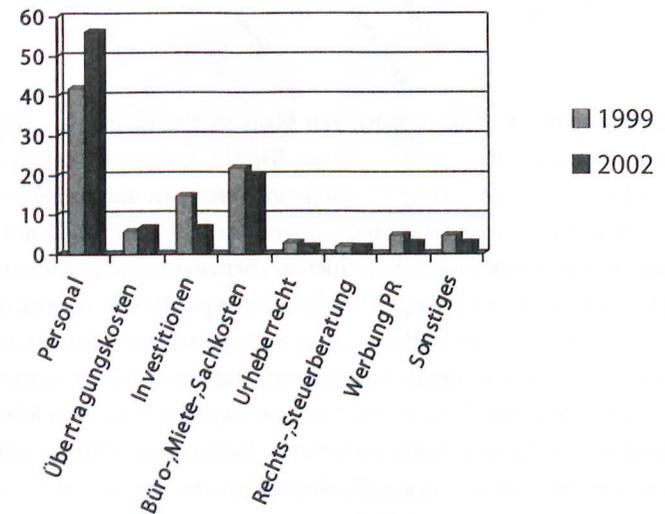
Abbildung 2: Differenz Kosten/Erträge pro Radio 1999/2002 (in €)



3 Kostenstruktur

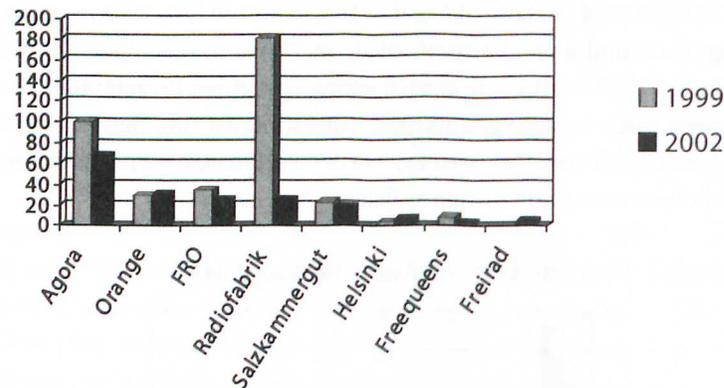
Die durchschnittliche Kostenstruktur aller Freien Radios (Abb. 3) weist in beiden Vergleichsjahren als höchsten Kostenfaktor die Personalkosten aus, sogar mit einer Steigerung von 42 auf 56 Prozent. Die Gesamt-Kosten für alle acht Radios sind allerdings von € 17.570.000 im Jahr 1999 auf € 16.234.491 im Jahr 2002 gesunken. Im einzelnen gesehen sind sowohl prozentual als auch in absoluten Zahlen nur die Personalkosten und die Übertragungskosten gering (um einen Prozentpunkt) gestiegen, alle anderen Kosten dagegen gesunken, die Investitionen zum Beispiel von 15 auf 7 Prozent. Letzteres ist erklärlich, weil 1999 in der Startphase der Freien Radios naturgemäß noch höhere Investitionskosten anfielen.

Abbildung 3: Kostenstruktur Freie Radios 1999/2002 (in %)



Wegen der zum Teil drastischen Unterschiede in der Sendezeit pro Woche sind die durchschnittlichen Kosten pro Sendestunde der geeignete Maßstab für einen realistischen Jahresvergleich zwischen den einzelnen Radios (vgl. Abb. 4). Ein Großteil der Freien Radios sendet 24 Stunden täglich, demnach 168 Stunden pro Woche. Zu den Ausnahmen gehören Radio Agora (84 Std. pro Woche), Freies Radio Salzkammergut (106 Std. pro Woche) und die Salzburger Radiofabrik (5 bzw. 103 Std. pro Woche). Daraus ist zum Teil erklärlich, dass Radio Agora und die Radiofabrik im Jahr 1999 mit Abstand die höchsten Kosten pro Sendestunde hatten. Hier wirkt sich aufgrund der jeweils verhältnismäßig geringen Anzahl der Sendestunden die „Fixkostendegression“ nicht in dem Maße aus wie bei den anderen Radios, d.h. auch für relativ wenige Sendestunden fallen ähnlich hohe absolute Fixkosten an (insbesondere in der Aufbauphase 1999) wie für viele Sendestunden bei anderen Radios. Aufgrund der erheblichen Erhöhung der Sendezeit der Radiofabrik (von 5 Stunden pro Woche 1999 auf 103 Stunden pro Woche 2002) wird bei diesem Radio ein „Ausnahme-Effekt“ wirksam: eine erhebliche (rechnerische) Verminderung⁴ der Durchschnittskosten pro Sendestunde: von € 181,17 im Jahr 1999 auf € 25,52 im Jahr 2002 und damit sogar knapp unter den Mittelwert von € 25,75 für alle Radios.

Abbildung 4: Kosten pro Sendestunde pro Radio 1999/2002 (in €)



Für die übrigen sieben Radios signalisieren Kostensenkungen bzw. -steigerungen pro Sendestunde wegen der über Zeit konstanten Anzahl der Sendestunden auch eine reale Kostensenkung bzw. -steigerung in *absoluten* Werten. In diesen Fällen sind also generell die in Abb. 4 ersichtlichen Veränderungen der Werte ein Indikator für reale Kostensenkungen bzw. -steigerungen. Es ist hierbei aber auch wieder zu unterscheiden zwischen den beiden Radios mit wenigen Sendestunden pro Woche (Agora und Freies Radio Salzkammergut) und den restlichen fünf Radios mit einem 24stündigen täglichen „Vollprogramm“. Trotz einer deutlichen Senkung der Durchschnittskosten weist Radio Agora 2002 mit € 68,15 noch einen Wert auf, der deutlich über dem Mittelwert für alle Radios liegt. Hier wirkt sich, ähnlich wie für die Radiofabrik schon gezeigt, die geringe „Fixkostendegression“ ungünstig aus. Das hohe Kostenniveau ist jedoch auch aufgrund

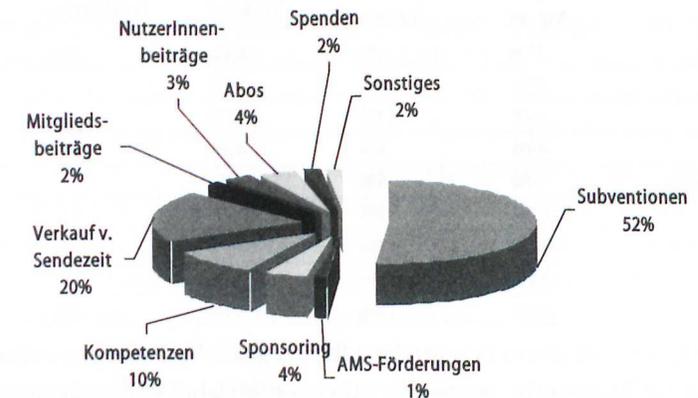
4) Dem liegt in absoluten Werten sogar eine reale Kostensteigerung von rund € 50.000 (1999) auf € 140.000 (2002) zu Grunde.

der Besonderheit dieses Radios zu erklären: die Mehrsprachigkeit des Programms erfordert einen vergleichsweise hohen Kostenaufwand. Der Radiofabrik (2002) und dem Freien Radio Salzkammergut (1999 und 2002) ist es dagegen trotz der erwähnten ungünstigen „Fixkostendegression“ (infolge der geringen Sendezeit) gelungen, ihr Kostenniveau demjenigen von Radio Orange und FRO (jeweils mit „Vollprogramm“) anzupassen. Die restlichen drei Radios – Helsinki, Freequeens und Freirad – haben ein niedriges Kostenniveau pro Sendestunde, was ihrem niedrigen Ertragsniveau entspricht. Man kann deshalb auch sagen: Sie können sich aufgrund mangelnder Erträge kein höheres Kostenniveau leisten.

4 Ertragsstruktur und Ertragsquellen

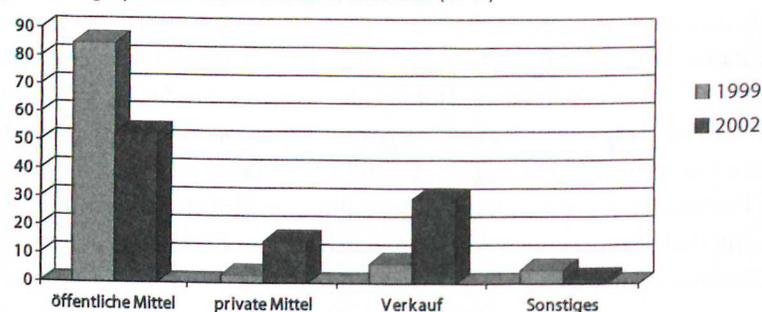
In Abb. 5 ist die Ertragsstruktur Freier Radios im Jahr 2002 dargestellt. Knapp die Hälfte der Erträge resultiert aus staatlichen Subventionen, die restlichen 45 Prozent aus privaten Mitteln und Verkauf. Zu den privaten Mitteln gehören Spenden und Sponsoring sowie Unterstützungsmittel durch RadiomacherInnen in Form von Mitgliedsbeiträgen, Abos und NutzerInnenbeiträgen. Der Posten Verkauf besteht aus Verkauf von Sendezeit und Kompetenzen, wie zum Beispiel Schulungen, und umfasst mit 30 Prozent einen nicht mehr verzichtbaren Anteil an den Erträgen Freier Radios.

Abbildung 5: Ertragsstruktur Freie Radios 2002 (in %)



Im Jahresvergleich dieser drei Gruppen von Ertragsquellen (vgl. Abb. 6) wird noch einmal der nach wie vor überragende Stellenwert von öffentlichen Mitteln als Haupt-Ertragsquelle der Freien Radios deutlich, allerdings für 2002 in deutlich verminderter Weise. In der Gruppe der öffentlichen Mittel, in der staatliche Subventionen und AMS- (Arbeitsplatz-)Förderungen zusammengefasst sind, wird ein erheblicher Rückgang dieser für Freie Radios existentiell wichtigsten Ertragsquelle sichtbar. Dieser Rückgang um 32 Prozentpunkte erklärt den dadurch notwendigen Anstieg von privaten Mitteln (+12 Prozentpunkte) und Verkauf (+23 Prozentpunkte).

Abbildung 6: Ertragsquellen Freie Radios 1999/2002 (in %)



Pro Radio betrachtet, sind recht unterschiedliche Ertragsstrukturen für 2002 festzustellen (vgl. Tabelle 1). Die Anteile der öffentlichen Mittel reichen bei einem Mittelwert von 53 Prozent von 31 Prozent (Agora) bis 70 Prozent (Salzkammergut). Die Werte für die übrigen Radios liegen mit Ausnahme von Helsinki (67 Prozent) mehr oder weniger um den Mittelwert. Entsprechend den Anteilen für öffentliche Mittel verteilen sich die restlichen Anteile auf private Mittel und Verkauf. Dabei sind für zwei Radios (Orange und Freirad) die Anteile für private Mittel höher als die für Verkauf (jeweils etwa ein Drittel), für die übrigen sind die Verkaufs-Anteile höher. Spitzenreiter beim Verkauf sind mit überdurchschnittlichen Anteilen Agora (63 Prozent), Radiofabrik (40 Prozent) und Freequeens (36 Prozent).

Tabelle 1: Ertragsquellen pro Radio 2002 (in %)

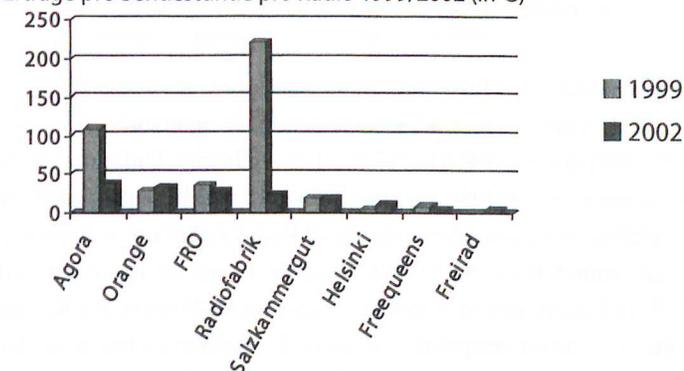
Radios	öffentliche Mittel	private Mittel	Verkauf	Sonstiges	Gesamt
Agora	31%	1%	63%	5%	100%
Orange	51%	35%	14%		100%
FRO	59%	11%	30%		100%
Radiofabrik	49%	9%	40%	2%	100%
Salzkammergut	70%	5%	25%		100%
Helsinki	67%	9%	18%	6%	100%
Freequeens	53%	11%	36%		100%
Freirad	51%	33%	16%		100%
Gesamt	53%	15%	30%	2%	100%

Im Vergleich mit 1999 gibt es bei einzelnen Radios große Veränderung in der Ertragsquellenstruktur. Bei Agora ist diese am Drastischsten: im Jahr 1999 beträgt der Anteil der öffentlichen Mittel noch 92 Prozent, 2002 nur noch 31 Prozent. Insgesamt gingen bei allen Freien Radios die Anteile der öffentlichen Mittel zurück, bei Radio Freequeens erheblich von 96 auf 53 Prozent; Helsinki, Salzkammergut und Radiofabrik zeigen Rückgänge von rund 20 Prozent.

Ähnlich wie bei den Kosten pro Sendestunde (vgl. Abb. 4) sind die Erträge pro Sendestunde zu beurteilen (vgl. Abb. 7). Der auffallende Rückgang der Erträge bei der Radiofabrik von € 221,87 auf € 23,38 ist wieder hauptsächlich mit der erheblichen Erhöhung der Sendestunden pro Woche von 1999 (5) bis 2002 (103) zu erklären und insofern mit den anderen Radios nicht direkt vergleichbar. Zu beachten ist jedoch, dass die

Radiofabrik 2002, obwohl sie noch immer kein 24-Stunden-Programm (pro Tag)⁵ sendet, schon an das mittlere Ertragsniveau der übrigen Radios (mit Ausnahme der niedrigen Niveaus von Helsinki, Freequeens und Freirad) angepasst ist (rund € 25,- Ertrag pro Sendestunde). Trotz eines Ertrags-Rückgangs von € 70,72 pro Sendestunde liegt Radio Agora mit € 38,8 an der Spitze, bei den anderen Radios sind keine auffallenden Veränderungen feststellbar.

Abbildung 7: Erträge pro Sendestunde pro Radio 1999/2002 (in €)



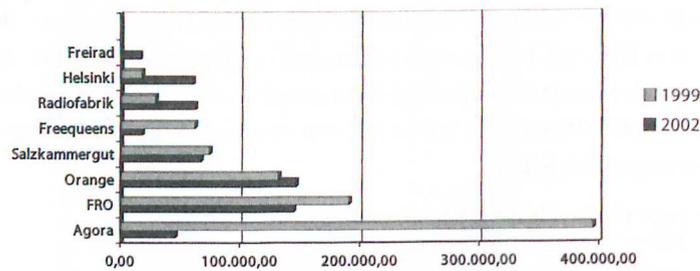
Subventionen

Staatliche Fördermaßnahmen sind, wie bereits erwähnt, bislang die mit Abstand wichtigste Ertragsquelle für Freie Radios. Dies ist insofern demokratiepolitisch gerechtfertigt, als Freie Radios als lokale „Ergänzungsmedien“ mediale, kulturelle, politische, soziale und gesellschaftliche Funktionen für (Minderheiten-)Zielgruppen erfüllen, die von den kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Radios nicht oder nicht in ausreichendem Maße erbracht werden. Mit ihren Programmen für medial vernachlässigte Minderheiten und Randgruppen tragen sie zu deren Interessen-Artikulation und gesellschaftlicher Integration bei und fördern mit ihrem Informations- und Meinungsangebot die „publizistische Vielfalt“. So ist es auch in zahlreiche Ländern üblich, nichtkommerziellen Rundfunk staatlich zu fördern, wie z.B. in der Schweiz und in Deutschland (vgl. Dorer 1998, 23 und den Beitrag von Klaus-Jürgen Buchholz in diesem Heft). Da durch die Lizenzvergabe an Freie Radios grundsätzlich auch in Österreich deren wichtige Funktion anerkannt wird, wäre es folgerichtig, nicht-kommerzielle Freie Radios auch als „dritte Säule“ im Privatradiogesetz zu verankern. Um deren Überleben zu sichern, müsste darüber hinaus eine staatliche finanzielle Förderung, wie sie die Printmedien in Form von Presseförderung erhalten, sichergestellt sein (vgl. Brugger 2003, 84). Da aber derzeit aufgrund der vorherrschenden Wirtschafts- und Medienpolitik ein stetiger Rückgang der Gewährung von öffentlichen Mitteln an Freie Radios unübersehbar ist⁶, wird die finanzielle Situation der meisten Freien Radios noch prekärer werden, wenn nicht andere Finanzierungsquellen erschlossen werden können.

5) Mittlerweile (Jänner 2004) sendet die Radiofabrik auch 24 Stunden pro Tag. Die Ertragswerte für 2002 zeigen für die Radiofabrik die Notwendigkeit der Ertragssteigerung, damit für die nun noch einmal erhebliche Erhöhung der Sendestunden pro Woche (von 103 auf 168) die Erträge nicht die Kosten pro Sendestunde unterschreiten.

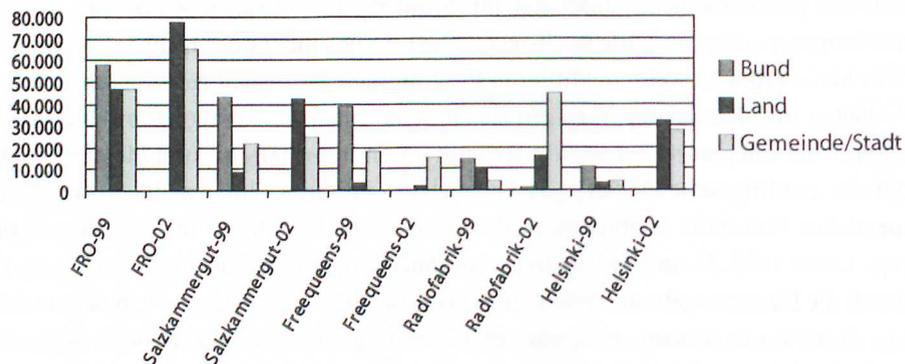
6) Dies wird sich auch in Zukunft kaum ändern, solange die ÖVP/FPÖ-Koalition regiert.

Abbildung 8: Subventionen pro Radio 1999/2002 (in €)



Generell gab es folgenden Rückgang an Subventionen, die essentiell für das Überleben der Freien Radios notwendig sind: 1999 erhielten die untersuchten Sender insgesamt € 900.699,81, 2002 nur mehr € 542.767,67; dies ergibt eine Differenz von € 357.932,14. Für vier Radios sind von 1999 auf 2002 Subventions-Minderungen zu erkennen (vgl. Abb. 8): Auffällig ist zum wiederholten Male Radio Agora mit einem eklatanten Rückgang an Subventionen von € 394.976,85 auf € 45.349,52, was einer Differenz von € 349.627,33 und damit einem Anteil von mehr als 90 Prozent am Rückgang der Subvention für alle Radios entspricht. Leichtere Rückgänge hatten außerdem FRO, Salzkammergut und Freequeens zu verzeichnen, leichte Steigerungen dagegen Orange, Radiofabrik und Helsinki. Der Rückgang der Subventionen resultiert also bis 2002 noch hauptsächlich aus der Streichung der Volksgruppenförderung des Bundes, der auch das mehrsprachige Radio MORA zum Opfer gefallen ist.

Abbildung 9: Subventionen nach Subventionsgebern pro Radio 1999/2002 (in €)



Der entscheidende Strukturwandel der staatlichen Förderung der Freien Radios, der zwischen 1999 und 2002 in Österreich vollzogen wurde, wird bei einer Differenzierung nach Subventionsgebern sichtbar (vgl. Abb. 9). Nach dem Wegfall der Bundesförderungen ist es den meisten Radios immerhin gelungen, erhöhte Subventionen von Gemeinden/Städten und Bundesländern zu erlangen. Dies gilt für vier der fünf aufgeführten Radios.⁷ Die Ausnahme ist Freequeens, das von Land und Gemeinde 2002 etwas weniger bei ohnehin nur geringer Förderungssumme bekommen hat. Zwar geht es in

7) Für die übrigen Radios standen leider keine kompletten Vergleichsdaten zur Verfügung.

keinem Fall um besonders hohe Beträge, entsprechend auch nicht um große Zuwächse, aber die Subventionen von Bundesländern und Gemeinden/Städten haben den Freien Radios das wirtschaftliche Überleben ermöglicht. Für drei Radios schlagen besonders die erhöhten Bundesländer-Förderungen positiv zu Buche: Radio FRO und Freies Radio Salzkammergut (beide Oberösterreich) sowie Radio Helsinki (Steiermark) mit je rund € 30.000. Erhöhungen der Gemeinde/Stadt-Subventionen gab es ebenfalls für FRO (Linz) und für Helsinki (Graz), aber vor allem auch für die Salzburger Radiofabrik, die vergleichsweise wenig Landes-Förderung bekommt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Die finanzielle Situation der Freien Radios insgesamt hat sich verschlechtert, seit im Jahr 2000 die Bundesförderungen für Freie Radios gestrichen wurden. Dies war auch der Grund für eine zwischenzeitliche prekäre finanzielle Lage von Radio Orange (Wien). Der Sender setzt jetzt auf Basisförderung durch die Stadt Wien. Der Rückzug des Bundes wurde teilweise durch erhöhte Bundesländer- und Gemeinde/Städte-Förderungen kompensiert. Das Engagement dieser Subventionsgeber entspricht grundsätzlich ihrer „Zuständigkeit“, da die Freien Radios lokale und regionale Öffentlichkeiten, u.a. auch mit Kulturbeiträgen, versorgen. Der Verband Freier Radios Österreich hat im Juni 2002 ein „Förderungsmodell zur Entwicklung und Sicherung einer pluralistischen Radiolandschaft in Österreich“ vorgelegt. Der Verband geht von einem Bedarf von € 5 Millionen zur Förderung der Dritten Säule des Hörfunks aus, des Weiteren wird es für notwendig erachtet, noch andere Rahmenbedingungen wie Ausbildungsförderung oder die Einrichtung eines Bürgermedienbeauftragten in der KommAustria zu schaffen (vgl. www.freie-radios.at). Zu beachten ist auch die Forderung der Grünen nach einem Radiofonds für Freie Radios, der aus dem Teil der Radio- und Fernsehgebühren gespeist werden soll, die derzeit in Österreich noch in den allgemeinen Finanztopf der Bundesregierung fließen bzw. für die Finanzierung der Digitalen Plattform Österreich verwendet werden.

Literatur

- Brugger, Sepp** (2003): Freie und nichtkommerzielle Radios – das Salz in der Suppe der Radiolandschaft Österreichs. In: **RTR Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH** (Hg.). 5 Jahre Privatrado in Österreich. Wien: RTR, 79-85.
- Dorer, Johanna/Busch, Brigitte** (1995): Finanzierungsmodelle nicht-kommerzieller Rundfunkanbieter. In: **Dorer, Johanna/Baratsits, Alexander** (Hg.): Radiokultur von morgen. Ansichten. Aussichten. Alternativen. Wien: Buchkultur, 236-251.
- Dorer, Johanna** (1998): Freies Radio in Österreich. Chancen für ein triales Rundfunkmodell. In: *Medien-Journal*, 2/1998, 19-25.
- Haibach, Marita** (2002): Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis. Vollst. Überarb. u. akt. Aufl. Frankfurt/M./New York: Campus.
- Kiefer, Marie Luise** (1997): Privatisierung – cui bono? In: *Medien Journal*, H. 2, 1997, 4-13.
- Knoche, Manfred/Grisold, Andrea/Hirner, Wolfgang/Lauggas, Meike/Wagner, Ulrike** (2001): Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich. Unveröffentl. Forschungsbericht. Salzburg: Institut für Kommunikationswissenschaft.

Helmut Peissl

Freie Radios und Mehrsprachigkeit

Trotz wirtschaftlicher Probleme aufgrund fehlender öffentlicher Förderungen und politischem Gegenwind haben sich die Freien Radios in Österreich konsequent zu einem festen Bestandteil der heimischen Radiolandschaft entwickelt. Nicht mehr wegzudenken sind sie vor allem für alle Minderheitengruppen und MigrantInnencommunities, für die sie oft die bedeutendste, wenn nicht einzige mediale Kommunikationsplattform bieten. Die Freien Radios sind sich ihrer wichtigen Rolle bewusst, wenn es darum geht, der gesellschaftlichen Vielsprachigkeit medialen Ausdruck zu verleihen. Die Auseinandersetzung mit sprachübergreifender Sendungsgestaltung wird für immer mehr Freie Radios fester Bestandteil des Sendealltags, mit der Gründung der Arbeitsgruppe Babelingo hat der Verband Freier Radios Österreich einen wichtigen Akzent im deutschsprachigen Raum gesetzt.

1 Das Rad nicht neu erfinden

Mehrsprachige Radiostationen stellen im globalen Zusammenhang betrachtet nicht unbedingt ein Novum dar. In einer breit angelegten Vergleichsstudie über nichtkommerzielle Lokalradios berichtet Hans Kleinsteuber (1991) von der Bedeutung dieser Medien in den USA und in anderen Ländern. Die Entwicklung des Rundfunks in Europa, mit seiner lange hinausgezögerten Liberalisierung, war hier eng an die nationalen Interessen der einzelnen Staaten gebunden, Sprachenvielfalt in den Programmen der öffentlich-rechtlichen Stationen war meist nur als Folge verpflichtender Abkommen in Nischen vorhanden. In den USA waren es die Bedürfnisse spezifischer Gruppen und die Nachfrage nach bestimmten Inhalten, die entscheidenden Einfluss auf die Entwicklung des Rundfunks hatten. Trotz der Dominanz kommerzieller Medien ist die Bedeutung von Community Radios bzw. des nichtkommerziellen Sektors seit Ende der 40er Jahre für die Sicherung von Öffentlichkeit in den USA nicht wegzudenken (vgl. Kleinsteuber 1995). So kam es in den 70er Jahren zur Gründung zahlreicher nichtkommerzieller spanisch-/englischsprachiger Stationen in Kalifornien, da kommerziell orientierte, spanischsprachige Stationen die Bedürfnisse der Latino-Community nicht abdecken konnten (vgl. Widlok 1992, 140).

In Österreich ist die Geschichte mehrsprachiger Radios kurz, was vor allem auf die späte Liberalisierung des Rundfunkbereichs zurückzuführen ist. Seit der Lizenzerteilung an die ersten Freien Radios gewinnt die mehrsprachige Programmgestaltung stetig an

Bedeutung, im urbanen Bereich vor allem für MigrantInnengruppen, im ländlichen Raum vorwiegend für die regionalen oder autochthonen Sprachminderheiten. Die mehrsprachigen Freien Radios leisteten in den letzten Jahren eine enorme Entwicklungsarbeit, Programmformen zu finden, die Verständigung auch über Sprachgrenzen hinweg ermöglichen. Das Herstellen von Öffentlichkeit ist längst nicht mehr ein Vorgang, der sich in nationalen Grenzen erfassen lässt. Husband (2001) hält fest, dass das Konzept der nationalen Öffentlichkeit überholt ist und in unseren Gesellschaften pluri-kulturelle Identitäten zunehmend an Bedeutung gewinnen. Es ist an der Zeit, in unseren Gesellschaften den Umgang mit Sprachen in den Medien neu zu denken. „Autonome Minderheitenmedien, welche den Dialog innerhalb der ethnischen Gemeinschaft herstellen“ sollten ergänzt werden mit „komplementären Medien, welche aktiv am Dialog über ethnische Grenzen arbeiten“ (Husband 2001, 19). Ein Konzept der kulturellen und sprachlichen Vielfalt, wie es auf europäischer Ebene immer stärker thematisiert wird, braucht Medien, die die gesellschaftliche Mehrsprachigkeit sichtbar machen und fördern.

2 Österreich als Klassenletzter

Österreich war das letzte westeuropäische Land, das am staatlichen Rundfunkmonopol festhielt. Erst durch eine Klage beim Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) in Straßburg, an der auch der zweisprachige Verein „Arbeitsgemeinschaft offenes Radio/avtonomno gibanje odprtega radia“ (AGORA) beteiligt war, konnte Ende 1993 Bewegung in die starre Haltung der österreichischen Politik gebracht werden. Das EGMR-Urteil (EGMR, 24. November 1993, 36/1992/381/455-459 – Informationsverein Lentia u.a. gegen Österreich) ging explizit auf den von AGORA geforderten Zugang von Minderheiten zum privaten Rundfunk ein und verlangte die Berücksichtigung „der Rechte und Bedürfnisse eines spezifischen Publikums“. Damit wurde erstmals auf höchster juristischer Ebene das Zugangsrecht von Sprachminderheiten zum Rundfunk anerkannt. Dieser Grundsatzentscheidung des EGMR trug auch die Privatradiobehörde Rechnung, als sie 1997 in Kärnten und im Burgenland Lizenzen an die Volksgruppenradios MORA und AGORA/Korotan erteilte. Im Lizenzbescheid der AGORA Korotan Lokalradio GmbH (AKO) begründete die Regionalradiobehörde die Lizenzvergabe unter anderem mit dem von der AKO vorgelegten Programmkonzept:

„Das Programm ist schwerpunktmäßig auf die slowenische Minderheit in Kärnten ausgerichtet und wird zweisprachig moderiert: Unterhaltungs- aber auch national und regional ausgerichtetes Informationsprogramm, Schwerpunkt im Bereich der Kinder- und Jugendsendungen, keine exklusive Hinwendung an slowenische Volksguppe, sondern Brückenschlag.“ (Regionalradiobehörde 1997)

Die KommAustria, die seit 2001 für die Lizenzvergabe verantwortlich ist, führt diese Spruchpraxis konsequent fort. Im Lizenzbescheid für Gymradio-Hollabrunn begründet sie ihre Auswahlentscheidung:

„... die besondere Situation des Bezirkes Hollabrunn als 'Grenzbezirk' findet in vielen multikulturellen und multilingualen Sendungen (Sprachkurse, Talk etc.) Berücksichtigung, der multilinguale Ansatz wird sowohl in Wort- als auch im Musikprogramm verfolgt.“
(KommAustria 2002)

3 Volkgruppenradios als Spielball der Politik

Mit dem Sendestart der ersten Freien Radios in Österreich 1998 begann auch in der heimischen Radiolandschaft eine Entwicklung, die Ausdruck eines bis dahin weitgehend unerfüllten Bedürfnisses nach mehrsprachigen bzw. nicht-deutschsprachigen Radioprogrammen war. Drei Minderheitenradios nahmen ihren Betrieb mit dem Auftrag auf, erstmals in relevantem Ausmaß, Programme in vier der sechs in Österreich anerkannten autochthonen Minderheitensprachen ausstrahlen. Der Betrieb dieser Radios wurde 1998–2000 weitgehend vom Bundeskanzleramt über die Volksgruppenförderung finanziert. Der Verein „Mehrsprachiges Offenes Radio“ (MORA) im Burgenland produzierte in vier Sprachen: Kroatisch, Ungarisch, Romanes und Deutsch, hatte aber, wegen der für die betroffenen Minderheiten ungünstigen Besitzverhältnisse der Sendelizenz, ständig Probleme mit den Mehrheitseigentümern. Dies führte dazu, dass der Verein MORA nach Wegfall der öffentlichen Förderungen seine Radiotätigkeit einstellen musste. Die Lizenz wird derzeit vom Mehrheitseigentümer mit dem Formatprogramm „Hit FM Burgenland“ bespielt, die Programme der regionalen Sprachminderheiten wurden aus dem Programm verbannt. In Kärnten teilen sich der Verein AGORA und die Korotan GmbH, im Rahmen der AKO-AGORA Korotan Lokalradio GmbH, eine Lizenz. Mit dem Konzept eines zweisprachigen, nichtkommerziellen Bürgerradios verfolgte AGORA die Absicht, als Kommunikationsbrücke zwischen den in Kärnten lebenden Sprachgruppen zu agieren, eine Zusammenarbeit mit unabhängigen Medien der Alpen-Adria Region aufzubauen und die BürgerInnenbeteiligung am Radio als neues kulturelles Tätigkeitsfeld zu fördern. Bewusst sollte sehr viel mit mehrsprachiger Gestaltung experimentiert werden (vgl. Lizenzantrag AGORA 1997). Korotan vertrat das Konzept eines konventionellen slowenischsprachigen Volksgruppensenders und wollte sich auch über Werbung finanzieren. In beiden Programmen gab es bereits kurz nach Sendestart zusätzlich Sendungen in Serbokroatisch, bei AGORA kamen bald auch Spanisch und Englisch dazu. In beiden Programmen entstanden Jugendsendungen, die erstmals die slowenische Sprache abseits der Hochsprache, aber auch der traditionellen Dialekte, in ihrer Variante als Szenesprache ins Radio brachten. Der grenzüberschreitende Programmanspruch von AGORA fand seinen Ausdruck vor allem in einer engen Zusam-

menarbeit mit Radio Student in Ljubljana und Radio Triglav in Jesenice. Jugendsendungen, Regionalnachrichten und Kommentare von jenseits der Grenze fanden so ihren festen Platz im Programm.

Zu einer bedeutenden Wende in der Programmentwicklung, vor allem bei AGORA, kam es 2001. Die Anfang 2000 an die Macht gekommene ÖVP-FPÖ Regierung stoppte die bisherige Finanzierung der Minderheitenradios und übertrug sie – durch eine Änderung des ORF-Gesetzes im Jahr 2001 – dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Diese ORF-Kooperation hatte drastische Folgen: Die überwiegend in der Zeit von 10–14 Uhr angesetzten zweisprachigen Programme von AGORA mussten dem fast ausschließlich slowenischsprachigen, durchformatierten Programm von Radio Dva – so der Name des Kooperationsprojekts ORF/AGORA/Korotan – Platz machen. Die sprachliche Brückenfunktion wurde damit im Tagesprogramm wieder abgebaut und ins abendliche Nischenprogramm verschoben. Diese Kooperation wurde mit Ende 2002 vom ORF aus Einsparungsgründen beendet.

Die derzeitigen Verhandlungen um eine Fortführung der ORF-Kooperation lassen eine weitere sprachliche Einengung befürchten. Seit 1946 gibt es regelmäßige slowenischsprachige Sendungen in Radio Kärnten. Die tägliche slowenischsprachige Sende-schiene von 18–19 Uhr, sie stellt den Hauptteil des slowenischsprachigen Programms in Radio Kärnten dar, soll nun vom landesweiten ORF-Programm ins private Volksgruppenradio abgeschoben werden. Der ORF würde damit großteils einer Forderung der Kärntner FPÖ (so der Freiheitliche Landtagsklub Kärnten im Jahr 2002) und der „Kärntner Heimatverbände“ nachkommen, wonach es keine Ausstrahlung slowenischsprachiger Sendungen in Radio Kärnten geben soll, solange eine Kooperation des ORF mit den slowenischsprachigen Privatradios besteht. Eine verstärkte Trennung der Öffentlichkeiten von Minderheit und Mehrheit wäre die Konsequenz.

4 MigrantInnenprogramme setzen sich konsequent durch

Bei den meisten anderen Freien Radios, die ab 1998 in Österreich den Betrieb aufnahmen, war die Mehrsprachigkeit im Programm beim Sendestart noch kein bewusstes, konstituierendes Programmelement, sie entwickelte sich aber rasch zu einem Schwerpunkt.

Radio Orange 94,0 in Wien hatte beim Sendestart am 29. August 1998 15 Stunden nicht-deutschsprachige Sendungen im Programm, die fast nur von der Gruppe FM Afrique gestaltet wurde. Die gleiche Gruppe von Programmachern sendete bereits seit 1997 im Rahmen des ORF Mittelwellenprogramms 1476 unter dem Namen „Radio Afrika International“. Zu Beginn waren fünf Sprachen im Programm von Orange 94,0 präsent, mittlerweile sind es elf Sprachen in 19 Sendestunden. Die Zahl der Sprachen, vor allem von kleineren MigrantInnengruppen, hat sich in fünf Jahren Sendebetrieb bei Orange 94,0 stark erhöht, so gibt es nun etwa die erste vietnamesischsprachige Sendung Österreichs. Ähnlich präsentiert sich die Situation bei anderen Freien Radios im urba-

nen Raum. Die Radiofabrik Salzburg hatte bei ihrem Sendestart 1998 wöchentlich nur fünf Stunden Sendezeit zur Verfügung, seit dem Beginn war eine Stunde davon einer bosnisch/kroatisch/serbisch Sendung gewidmet, mittlerweile sind fünf Sprachen im Programm vertreten.

Radio FRO in Linz sendete bereits 1997 im Linzer Kabel, vor dem Sendestart auf der terrestrischen Frequenz und hatte kurdisch- und ungarischsprachige Sendungen im Programm. Derzeit umfasst das Programm von FRO zwölf Sprachen mit 25 Sendestunden, das entspricht etwa 20% der moderierten Sendezeit. Über diese festen Programmteile hinaus befassten sich die Freien Radios in zahlreichen Projekten mit dem Anliegen, Gruppen mit migrantischem Hintergrund in die Radioarbeit einzubeziehen. „schwaboland – mikrostrukturen“, bei Radio FRO, richtete sich vor allem an Jugendliche der zweiten Generation, „Sprechen Sie unsere Sprache? – Orange!“, für das Radio Orange mit dem Radiopreis der Erwachsenenbildung 2002 ausgezeichnet wurde, zielte darauf ab, den Austausch zwischen den mehrsprachigen Redaktionen zu fördern. Radio Helsinki in Graz organisierte mit zahlreichen lokalen MigrantInnenorganisationen das Projekt „Speak up!“, als Teil einer europaweiten Kampagne Freier Radios gegen Gewalt an MigrantInnen, Flüchtlingen und Frauen aus ethnischen Minderheiten. Die Analyse von mehrsprachigen oder nichtdeutschsprachigen Programmen dieser Radios hat gezeigt, dass es den ProgrammacherInnen häufig gelingt, innovative Gestaltungsformen zu finden, wobei auch völlig neue Kommunikationsräume erschlossen werden (vgl. Busch 2003, 232 ff). Brigitta Busch (2003) hält fest, dass mehrsprachig gestaltete Sendungen hohe Anforderungen an die SendungsmacherInnen stellen und auch von den RezipientInnen eine Umstellung ihrer Hörgewohnheiten verlangen. Diese bieten nicht nur eine Schnittstelle für Begegnung, sondern können auch als eine Art „Schule“ für den Umgang mit Mehrsprachigkeit wirken. Schließlich ist die Mehrsprachigkeit eine gesellschaftliche Realität. Für die Gestaltung von Programmen in den Sprachen der autochthonen Minderheiten ebenso, wie für die Gestaltung von Sendungen in MigrantInnensprachen besteht bei allen involvierten Radios großer Ausbildungsbedarf. Im Rahmen der verschiedenen Projekte und Diskussionen formulierten die GestalterInnen der mehrsprachigen Sendungen immer wieder den Bedarf an Unterstützung und Weiterbildung.

5 Mehrsprachig aber wie? – die Arbeitsgruppe „Babelingo“

Auf Initiative von Radio FRO fand anlässlich der Veranstaltung „Ethnische Minderheiten und Mediennutzung“ am 3. Dezember 1999 in Linz die erste öffentliche Auseinandersetzung mit dem Themenkomplex MigrantInnen und Sprachminderheiten im Freien Radio statt. Vor allem die Erfahrungen von Radio LoRa in Zürich erwiesen sich als wichtiger Anstoß für die weitere Entwicklung in Österreich. Jon Bracher von Radio LoRa berichtete: „Wir haben praktisch das Monopol für fremdsprachige Sendungen in unserem Sendegebiet! Niemand sonst sendet in Persisch, Arabisch, Türkisch, Kurdisch

oder Tamilisch, ja nicht einmal in Spanisch, Portugiesisch oder Italienisch, geschweige denn in Romanes. Wir tun es, und dafür können wir auf ein besonders treues Publikum innerhalb all dieser sprachlichen Minderheiten zählen, was durchaus nicht zu unterschätzen ist: aus diesen Kreisen kommen sehr viele Mitglieder, so dass die so genannten Minderheiten sogar zu einer Art finanziellem Standbein von Radio LoRa geworden sind.“¹ Im Programm von Radio LoRa waren zu dieser Zeit 18 Sprachen vertreten. Die Union der nicht kommerziellen Lokalradios in der Schweiz UNIKOM legte 2001 eine Petition auf, die eine Verankerung des Zugangs „zum Medium Radio, unabhängig von Sprache, Größe des Portemonnaies oder Farbe des Passes“, im neuen Rundfunkgesetz der Schweiz anstrebt. Sie forderte weiter, dass die Leistung der Gemeinschaftsradios, den Zugang zur Information für die „rund zwei Millionen Menschen“ in der Schweiz, „deren Alltagssprache keine schweizerische Landessprache ist“, zu eröffnen, im Gesetz anerkannt wird.² Das bereits von der Schweizer Regulierungsbehörde, dem Bundesamt für Kommunikation (BAKOM), praktizierte Gebührensplitting, über das Radios in Randlagen bzw. solche mit spezifischen Programmleistungen Mittel aus den Rundfunkgebühren erhalten, sollte im Rahmen der laufenden Revision des Rundfunkgesetzes auch gesetzlich verankert werden.

Eine erste vergleichende Erhebung zu Programmaustausch und -produktion von 24 Freien Radios im deutschen Sprachraum (vgl. Peissl 2001) ergab, dass in den untersuchten Programmen insgesamt 34 Sprachen präsent waren. Alleine die zehn Freien Radios, die zu dieser Zeit in Österreich auf Sendung waren, sendeten in 20 verschiedenen Sprachen. Für die meisten der betroffenen Sprachgruppen boten die Freien Radios die einzige Möglichkeit zur Mediengestaltung in ihrer Muttersprache. Die Entwicklung in den öffentlich-rechtlichen Programmen ist in dieser Frage eher gegenläufig, so wurden bestehende Sendungen in MigrantInnensprachen oft mit der Argumentation abgesetzt, dass mehr und mehr MigrantInnen auf die Sat-Programme ihrer Herkunftsländer zurückgreifen. Hargraves befragte MigrantInnen in Frankreich, Deutschland und Großbritannien. Er kam zum Schluss, dass zwar ältere Generationen mehr auf diese Programme aus den Herkunftsländern zurückgreifen, die jüngeren sich hingegen in erster Linie mit den Programmangeboten des Aufenthaltslandes auseinander setzen (vgl. Hargraves 2002).

Anlässlich der Diskussionen des Hörfestival 2001 in Linz kamen VertreterInnen der Freien Radio-Verbände aus Deutschland, Österreich und der Schweiz überein, dass die Aufgabe der Freien Radios nicht nur darin bestehen sollte, Sendezeit für verschiedene Sprachgruppen zur Verfügung zu stellen, sondern auch aktiv den Dialog zwischen Minderheiten und Mehrheiten zu fördern. Die Ergebnisse dieser Tagung führten zur Gründung der permanenten Arbeitsgruppe „Babelingo – Sprachübergreifende Sendegestaltung im Freien Radio“ im November 2001. Der Verband Freier Radios Österreich rückte

1) www.fro.at/tagungmum/grundsatzreferate.html (1.9.2003).

2) www.art19.ch (1.9.2003).

damit die Auseinandersetzung mit mehrsprachiger Sendungsgestaltung ins Zentrum der gemeinsamen Aktivitäten.

Das Thema wurde seither in drei „Babelingo-Workshops“, der Medientagung 2003 „Offene Medien für eine offene Gesellschaft“ und im Rahmen des Babelingo – Hörfestival 2003 in Zürich konsequent weiter bearbeitet. Die Schwerpunkte der Workshops waren bisher die Auseinandersetzung mit der Bedeutung symbolischer Sprachbrücken in Radiosendungen und im Radioalltag, die Untersuchung gesellschaftlicher Hindernisse, die in anderen, vor allem osteuropäischen Staaten einer gelebten Mehrsprachigkeit in den Medien im Weg stehen, sowie der Erfahrungsaustausch über angewandte Formen der mehrsprachigen Sendungsgestaltung in Österreich, Frankreich und Deutschland.³

Mit der „Medientagung 2003 – Offene Medien für eine offene Gesellschaft“ am 16.5.2003 in Graz, organisierte der Verband Freier Radios Österreich ein öffentliches Forum zu „Mehrsprachigkeit und Partizipation in Radio, TV und Internet“. MigrantInnen und MinderheitenvertreterInnen diskutierten mit Medienschaffenden, WissenschaftlerInnen und VertreterInnen von Politik und Verwaltung ihre Erfahrungen und Bedürfnisse. Neben dem Recht auf Zugang zum Rundfunk in den einzelnen Sprachen, forderten die TeilnehmerInnen verstärkt auch das „Recht gehört zu werden“ ein. Beim Babelingo Hörfestival 2003 in Zürich wurde diese Forderung bekräftigt, vor allem angesichts der Tatsache, dass die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten die Bedürfnisse einer stetig wachsenden Zahl von nichtdeutschsprachigen RundfunkgebührenzahlerInnen einfach nicht abdecken oder sie sich sogar bewusst von der Produktion bestehender nichtdeutschsprachiger Programme zurückziehen. Die Freien Radios übernehmen für diesen Programmbereich zunehmend die Rolle des Public Service und sollten demnach auch aus den Rundfunkgebühren finanziert werden. Mbye Tshiteya, der Direktor der halbstaatlichen Organisation Echanges et Productions Radiophoniques (EPRA) aus Paris, meinte anlässlich dieser Tagung: „Es sind genau die mehrsprachigen Programme, die die Verständigung und den Austausch zwischen Sprachgruppen ermöglichen, sie leisten damit einen wichtigen Beitrag zur gelebten Integration.“⁴ EPRA unterstützt die Produktion und den Austausch von integrationsfördernden und antirassistischen Radioprogrammen bei nichtkommerziellen Stationen im französischen Sprachraum.

6 Europäisches Netzwerk für mehrsprachige Medien

Mit dem „Europäischen Manifest der Minderheiten und Bürgermedien“, einer Initiative des Netzwerks „On Line / More Colour in the Media“⁵, läuft derzeit eine europaweite Kampagne zur öffentlichen Anerkennung und Unterstützung der mehrsprachigen Medien abseits von öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Hintergründen. Die Bedeu-

3) Babelingo – Sprachübergreifende Sendungsgestaltung im Freien Radio, Dokumentation 2002. In: www.freie-radios.at/files/babelingo-2002.pdf (5.9.2003).

4) Babelingo-Hörfestival 2003 in Zürich. In: www.lora.ch/events/babelingo (5.9.2003).

5) Online/More Colour in the Media 2003, Europäisches Manifest der Minderheiten- und Bürgermedien. In: www.multicultural.net/manifesto/index.htm (29.10.2003).

tung von Minderheitenmedien für MigrantInnen und VertreterInnen regionaler und anderer Minderheiten, aber auch für die Verständigung zwischen den Sprachgruppen, sollen als öffentliche Dienstleistung (Public Service) anerkannt werden. Die notwendige Unterstützung dafür muss von nationaler und von europäischer Seite gesichert werden. Die Bedeutung der Mehrsprachigkeit sollte künftig auch bei der Ausbildung von Medienschaffenden thematisiert werden. Eine aktuelle wissenschaftliche Bestandsaufnahme über die Situation von Minderheitenmedien in 12 Staaten der Europäischen Union wird derzeit, im Rahmen der Studie EMTEL II, „Diasporic Minorities and their Media in the EU – A Mapping“⁶ an der London School of Economics (LSE) erarbeitet.

7 Aussichten – die Verantwortung der Politik

Wie in vielen Bereichen, leisten auch, wenn es um die Bedeutung und die Thematisierung der Mehrsprachigkeit in den Medien geht, nichtkommerzielle Initiativen, die zum großen Teil von der ideellen Kraft engagierter, ehrenamtlich tätiger MitarbeiterInnen getragen werden, eine Vorreiterrolle. Auf europäischer Ebene wurde in der Begründung des „Jahr der Sprachen 2001“ von der Bedeutung des Sprachenlernens im Kampf gegen Rassismus und Intoleranz gesprochen. Auf den Zusammenhang Sprachenvielfalt und Medien wird erstmals im Rahmen des Aktionsplanes der Europäischen Kommission zur „Förderung des Sprachenlernens und der Sprachenvielfalt“ vom 24.7.2003 auf die Bedeutung eingegangen (vgl. Europäische Kommission KOM 449, 2003). Lebenslanges Sprachenlernen, die Verbesserung des Sprachunterrichts und die Schaffung eines sprachfreundlichen Umfelds sollen künftig unterstützt werden. Die Sprachenpalette umfasst laut des vorliegenden Aktionsplans: „die kleineren Europäischen Sprachen wie auch die größeren Sprachen, Regional-, Minderheiten- und MigrantInnensprachen sowie Landessprachen und die Sprachen unserer wichtigsten Handelspartner in der ganzen Welt [...] Der Einfluss der Medien – einschließlich der neuen Medien wie beispielsweise DVDs – könnte bei der Schaffung eines sprachfreundlichen Umfeldes nutzbar gemacht werden, indem die Bürger regelmäßig mit anderen Sprachen und Kulturen in Berührung gebracht werden.“ Eine aktuelle Bestätigung für den Beitrag, den nichtkommerzielle Radios zur Medienvielfalt liefern, stellt nicht zuletzt auch die vom BAKOM unterstützte Untersuchung der Publicom AG „Programmstrategien in der schweizerischen Radiolandschaft“ dar. Die Studie kommt zum Schluss, dass die herrschende Wettbewerbsintensität zwischen den kommerziellen Anbietern zu einer teilweise fast austauschbaren Formatierung ihrer Programme führt. „Daneben bestehen eine Reihe von Radios, die mit einem speziellen Musikprogramm, Kultursendungen oder offenen Programmplätzen für gesellschaftliche Randgruppen eher Minderheiten ansprechen. Viele dieser kleinen Sender bieten innovative Sendungen und erstaunliche Leistungen.“⁷

6) <http://www.lse.ac.uk/collections/EMTEL/Minorities/reports.html>, 8.9.2003

7) Publicom AG, Programmstrategien in der schweizerischen Radiolandschaft, August 2003 http://www.publicom.ch/pdf/Programmstrategien_2003.pdf 5.9.2003

Letztendlich wird es aber auch am gesetzlichen Rahmen und der entsprechenden öffentlichen Unterstützung, die diese vielsprachigen Radios finden, liegen, wie sie Ihren Auftrag erfüllen können. Die österreichischen Medien-, Kultur- und Sprachpolitik hat hier einiges aufzuholen.

Der Verband Freier Radios Österreich (VFRÖ) fordert deshalb explizit die gesetzliche Verankerung Freier Radios als dritte Säule im Rundfunk, neben öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Radios. Die Public Service-Funktion die diese Radios in Hinblick auf Mehrsprachigkeit, Medienpädagogik, Meinungsvielfalt und vielen anderen Bereichen erfüllen, bedarf einer öffentlichen Anerkennung. Ähnlich wie in Deutschland, der Schweiz und in Slowenien muss der Anspruch der Freien Radios in Österreich auf Unterstützung aus den Rundfunkgebühren erfüllt werden.

Literatur

AGORA (1997): Antrag auf Erteilung einer Regionalradiolizenz für Kärnten.

Busch, Brigitta (2003): Medien und Mehrsprachigkeit – Freiraum Freies Radio. In: **James**, Allan (Hg.). *Vierlei Zungen – Mehrsprachigkeit + Spracherwerb + Pädagogik + Psychologie + Literatur + Medien*. Klagenfurt: Drava, 224-251.

EGMR, 24. November 1993, 36/1992/381/455-459 – Informationsverein Lentia u.a. gegen Österreich.

Hargreaves, Alec (2001): Kein monokulturelles Menü: Medienrezeption in Frankreich und Deutschland. In: **Busch**, Brigitta/**Hipfl**, Brigitte/**Robins**, K. (Hg.). *Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten*. Klagenfurt: Drava, 128-145.

Husband, Charles (2001): Über den Kampf gegen Rassismus hinaus. Entwurf einer polyethnischen Medienlandschaft. In: **Busch**, Brigitta/**Hipfl**, Brigitte/**Robins**, K. (Hg.). *Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten*. Klagenfurt: Drava, 9-20.

Kleinsteuber, Hans J. (1991): *Radio – Das unterschätzte Medium. Erfahrungen mit nicht-kommerziellen Lokalstationen in 15 Staaten*. Berlin: Vistas.

Peissl, Helmut: Radioumfrage zum Programmaustausch Freier Radios und nichtkommerzieller ProgrammproduzentInnen im deutschsprachigen Raum. Durchgeführt im Zeitraum Juni – August 2001. Präsentiert an der *ars electronica* in Linz, 3. September 2001.

KommAustria, KOA 1.305/02-24, Bescheid vom 11.12.2002.

Widlok, Peter (1992): *Der andere Hörfunk. Community Radios in den USA*. Berlin: Vistas.

Vielfalt gegen Einfalt – Bürgermedien in Deutschland

1984 ging in Ludwighafen der erste Offene Kanal Deutschlands mit einem Fernsehprogramm auf Sendung. Als das erste nichtkommerzielle (freie) Radio nahm vier Jahre später in Freiburg Radio Dreieckland seinen – legalen – Sendebetrieb auf. Konkurrenz prägte bis zur Mitte der 1990er Jahre das Verhältnis von Freien Radios und Offenen Kanälen (OK). Für die einen war das Radioprojekt ein politisches Instrument, für die anderen das Videoprojekt ein Instrument der politischen Bildung. Nicht zuletzt der Experimentierfreude der ostdeutschen Bundesländer ist es zu verdanken, dass sich diese Dualität aufgelöst und sich eine große Typen-, Organisations- und Konzeptvielfalt herausgebildet hat, die auch im internationalen Vergleich ihresgleichen sucht. Derzeit sind bundesweit über 140 Bürgermedienprojekte mit einer eigenen Sendelizenz auf Sendung. Bei rund der Hälfte dieser Projekte handelt es sich um Offene Hörfunk- und/oder Fernsehkanäle. Nichtkommerzielle Lokalradios (NKL) stellen einen Anteil von ca. 20 Prozent, Veranstalter von Bürgerrundfunk, von Hochschulrundfunk sowie Aus-, Fortbildungs- und Erprobungskanäle von jeweils etwa zehn Prozent. Darüber hinaus werden in rund 160 nordrhein-westfälischen Radiowerkstätten OK-Beiträge produziert, die in so genannten Bürgerfunkstern der 46 kommerziellen Lokalradios gesendet werden (vgl. ALM 2000, 621ff).

Innerhalb dieser Pluralität lassen sich mindestens vier gemeinsame und wesentliche Strukturmerkmale beschreiben, die die Bürgermedien in Deutschland übergreifend kennzeichnen:

- der offene Zugang zum Sender und zum Programm (bei im Detail unterschiedlichen Zugangsregeln),
- die lokale, allenfalls regionale Verbreitung der Programme und die damit verbundene Bürgernähe,
- die Vermittlung praktischer Medienkompetenz an Laien sowie
- die Gemeinnützigkeit und Nichtkommerzialisierung (vgl. NOKO Bürgermedien 2000, 128f).

Während die deutsche Bürgermedienlandschaft in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre durch ein rasantes Wachstum gekennzeichnet war, sind nach dem Jahr 2000 nur noch sehr wenige Bürgermedienprojekte neu lizenziert worden. Derzeit bemühen sich die Medienanstalten um eine finanzielle und organisatorische Konsolidierung ihrer jeweiligen Bürgermedienstrukturen.

1 Offene Kanäle

Eine allgemein verbindliche und justiziable Definition zum Beispiel im Sinne eines Titelschutzes existiert für den Offenen Kanal nicht (vgl. Kamp 1997, 14). Nach den medienrechtlichen Vorgaben der Länder kann man (mindestens) vier verschiedene OK-Trägerkonstrukte differenzieren:

- Eine Landesmedienanstalt ist öffentlich-rechtlicher Träger des OK. Dieses Trägermodell haben die Länder Berlin, Bremen, Schleswig-Holstein, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen (wo es auch vereinsgetragene Offene Kanäle gibt) gewählt. Die Anstaltsträgerschaft verbindet sich üblicherweise mit einer Vollfinanzierung aus Mitteln der Rundfunkgebühren. Sie kann im Einzelfall mehr als 800.000 € p.a. betragen, durchschnittlich liegt sie aber eher bei 300.000 € bis 400.000 €.
- Ein eingetragener und als gemeinnützig anerkannter Verein, der von der zuständigen Landesmedienanstalt lizenziert (und gefördert) wird, ist der Träger. Diese Trägerschaft findet man in Nordrhein-Westfalen, Thüringen (siehe oben) und Sachsen-Anhalt. Die Förderung reicht von rund 25.000 € bis etwa 150.000 € im Jahr.
- Um einen Mix des Vereins- und Anstaltsmodells handelt es sich bei den Offenen Kanälen in Rheinland-Pfalz.
- Ein Sonderfall ist der so genannte „Bürgerfunk“ in Nordrhein-Westfalen. Landesweit arbeiten rund 160 Radiowerkstätten in der Funktion Offener Kanäle im – kommerziellen – lokalen Hörfunk. Kennzeichnend für dieses Modell ist neben der fehlenden „Frequenzhoheit“ die nur bedingte Selbstbestimmung und Selbstverantwortung der Produzenten (vgl. Buchholz 1998, 19).

Konzeptionell unterscheiden sich die Offenen Kanäle, grob betrachtet, an der Frage, wie strikt sie das so genannte Prinzip der Schlange anwenden, wonach derjenige den ersten Zugriff auf Produktionstechnik und Programmplätze hat, der sich als erster anmeldet. Diese Produktions- bzw. ProduzentInnenorientierung ist heute vielfach einer Rezeptions- bzw. Publikumsorientierung gewichen. Sie erlaubt eine Programmstrukturierung, indem zum Beispiel Sendesparten eingerichtet, bestimmten Produktionsgruppen feste Sendeplätze zugewiesen und Produktionsgruppen übergreifende (aktuelle) Sendungen initiiert werden.

Im Ergebnis sind Offene Kanäle genauso vielfältig wie die Bürgermedien insgesamt. Dennoch gibt es einige Essentials, die für jeden Offenen Kanal in Deutschland gelten. Danach ist Offener Kanal nichtkommerzielles, werbefreies, lokales oder regionales Radio und/oder Fernsehen, das allen Bürgerinnen und Bürgern den freien und gleichberechtigten Zugang zu diesen elektronischen Medien garantiert. Der Zugang wird über eine Nutzungsordnung geregelt, die auch Sanktionen für den Fall des Verstoßes gegen die Spielregeln (Beachtung der allgemeinen Gesetze, konkrete Verfahrensregeln etc.) vorsieht. Innerhalb dieses formalen Rahmens bietet jeder Offene Kanal für jeden Inter-

essierten die Möglichkeit, sich selbstverantwortet mit selbstbestimmten Inhalten an die Öffentlichkeit zu wenden. Zensur findet nicht statt. Für die Produktion der Beiträge stellen die Offenen Kanäle Studios, Aufnahmegeräte, technische Einweisung und Beratung zur Verfügung. Zugespitzt formuliert sind sie eine technisch-organisatorische Plattform, die selbst kein Programm macht; Programmveranstalter – und Programmverantwortlicher – ist der jeweilige Produzent. So wird auch in den frühen programmatischen Schriften zum Offenen Kanal regelmäßig die Auffassung vertreten, dass der OK „im eigentlichen Sinne weder Rundfunk noch Massenkommunikation“ sei, sondern „ein Stück demokratischer Kultur“, er mache kein Programm, vielmehr sei er ein „kommunikatives Verhalten“.

Es sind nicht zuletzt die (programmlichen) Konsequenzen dieser Selbstbeschränkung und der damit einhergehende Image-Schaden, weshalb zunehmend mehr OK-Protagonisten ein neues Leitbild für den Offenen Kanal fordern. Die Diskussion ist im vollen Gange. Schlüsselworte sind Stärkung der Medienkompetenz, Verbesserung der Qualifizierung, Qualitätssicherung, Netzwerkbildung u.a.m. Veränderungsdruck ist da, und er ist groß. Das zeigen die Kontroversen um die Offenen Kanäle im Saarland, in Hamburg und Berlin deutlich. Die Offenen Kanäle in Deutschland haben allerdings keinen Grund, sich kleinmütig an der Zukunftsdiskussion zu beteiligen. Es gibt nur wenige Einrichtungen, die an die medienpädagogischen Leistungen Offener Kanäle heranreichen. Zudem ist das Programm Offener Kanäle lokal bedeutsam und findet eine beachtliche Akzeptanz beim Publikum. Das haben Studien aus zum Beispiel Rheinland-Pfalz, Hessen und Niedersachsen mehrfach und empirisch gesichert nachgewiesen.

Die Sendeleistungen der Offenen Kanäle sind sehr unterschiedlich. Aufgrund des im Vergleich geringeren Produktionsaufwandes ist der – quantitative – Output im Allgemeinen im Hörfunk höher als im Fernsehen. Kleine Offene Kanäle (in ländlichen Regionen) senden oft nur einen Tag in der Woche für wenige Stunden. In Ballungsräumen ist das Sendeaufkommen naturgemäß größer. In Abhängigkeit von den landesgesetzlichen Möglichkeiten und den konzeptionellen Ansätzen sind die Programme unterschiedlich stark strukturiert. Generell begrenzt werden die Möglichkeiten der Programmstrukturierung durch das Spektrum des Sendeaufkommens und die nicht beliebige Disponierbarkeit der Produzenten. Denn sie sind keine bezahlten professionellen Journalisten, es sind Bürgerinnen und Bürger, die sich – in ihrer Freizeit – mit aus ihrer Sicht wichtigen Anliegen an eine lokale Öffentlichkeit wenden.

Das publizistische Bild der Offenen Kanäle, das gilt für Hörfunk und Fernsehen gleichermaßen, hängt von drei Faktoren ab: den inhaltlichen Interessen der ProduzentInnen, der Themen-Agenda vor Ort und den praktischen Möglichkeiten der Realisierbarkeit (finanzielle und personelle Ressourcen). Kultur, Sport und der Bereich Politik/Wirtschaft/Soziales bilden die publizistischen Programmschwerpunkte. Sendungen, die Angelegenheiten der nichtdeutschen Bevölkerung thematisieren, findet man vorrangig in den vergleichsweise wenigen Offenen Kanälen, deren Sendegebiet sich auf einen Ballungsraum erstreckt. Mit einem Anteil, der regelmäßig mehr als ein Drittel der

Sendezeit (ohne Musik) umfasst, prägt die Beschäftigung mit kulturellen Themen das Wortprogramm der Offenen Kanäle. Abgesehen von der Musik sind die inhaltlichen Differenzen zwischen OK-Hörfunk und OK-Fernsehen überraschend gering. Die niedersächsische OK-Begleitforschung ermittelte, dass die Rangfolge bei den wichtigsten programminhaltlichen Items nahezu identisch ist (vgl. Lenk et al. 2001, 190ff).

Ein gängiges Vorurteil gegenüber Offenen Kanälen lautet: Das Programm hören und sehen nur die, die es selbst gemacht haben. Das ist falsch. In Niedersachsen, so hat Emnid 1999 gemessen, sehen bzw. hören durchschnittlich 17 Prozent den in ihrer Region empfangbaren OK mindestens einmal innerhalb von zwei Wochen (der so genannte Weitesten Hörer-/Seherkreis). Der OK-Hörfunk lag in Niedersachsen mit seiner durchschnittlichen Reichweite sogar zwei Prozentpunkte vor den nichtkommerziellen Lokalradios (vgl. Emnid-Institut 2001, 13ff; vgl. auch Jaenicke/Fingerling 1999). Die Ergebnisse aus Niedersachsen werden sowohl von älteren Untersuchungen aus zum Beispiel Rheinland-Pfalz und Hessen als auch von aktuellen Erhebungen aus Schleswig-Holstein und Hamburg bestätigt. Im Übrigen scheint das Publikum, global betrachtet, genauso „normal“ zu sein, wie auch die ProduzentInnen selbst – die „Exoten im Frequenzdschungel“ sind eher die Ausnahme. Die Sender leben von der Sympathie des Publikums, es beurteilt sie im Allgemeinen wohlwollend. Dennoch gibt es Kritik. Sie richtet sich aber nicht gegen die Sender an sich oder gegen die inhaltliche Ausrichtung der Sendungen und Beiträge, kritisiert werden technische und redaktionell-handwerkliche Mängel (vgl. Emnid-Institut 2001, 24ff, 56ff). Das ist einmal mehr eine Aufforderung, die im OK Aktiven verstärkt zu qualifizieren (vgl. Buchholz 1998).

Im Sommer 2003 sind in Deutschland 70 Offene Kanäle in neun Bundesländern mit einer eigenen Lizenz auf Sendung. 59 OK senden ausschließlich ein TV-Programm. Sieben OK bieten nur Hörfunk an. Vier OK senden sowohl ein Radio- als auch ein Fernsehprogramm. Sechs Landesmedienanstalten sind unmittelbar Träger und Betreiber von 15 Offenen Kanälen. 55 Offene Kanäle werden von einem Verein getragen. Mit 28 gibt es die meisten OK in Rheinland-Pfalz. Nordrhein-Westfalen ist Standort von 14 OK-Fernsehen (neben den 160 Radiowerkstätten, siehe oben). In Sachsen-Anhalt sind acht OK auf Sendung, und in Thüringen senden aktuell sieben OK. Davon befinden sich zwei in Trägerschaft der Medienanstalt, fünf OK werden von einem Verein betrieben. Schleswig-Holstein und Hessen haben jeweils vier OK, in Mecklenburg-Vorpommern und Bremen senden je zwei OK. Berlin hat einen Offenen Kanal.

Die Gesamtzahl der „autonomen“ Offenen Kanäle (also ohne NRW-Bürgerfunk) ist seit Anfang 2002 rückläufig. Die Ursachen: Die ehemals acht Offenen Kanäle Niedersachsens arbeiten heute – nach erfolgreich beendeter Versuchsphase – mit neuer Aufgabenstellung und verändertem rechtlichen Status als Veranstalter von Bürgerrundfunk (siehe unten). Der OK-Saarland musste im Frühjahr 2002 seinen Sendebetrieb einstellen, nachdem eine neue konservativ-liberale Landesregierung das Mediengesetz entsprechend geändert hatte. Das gleiche Schicksal hat im Juni 2003 den Offenen Kanal Hamburg ereilt, der nach dem Willen der Mehrheit des Hamburgischen Senats durch ei-

nen „Bürger- und Ausbildungskanal“ in privatrechtlicher Trägerschaft ersetzt werden soll. Im Mai 2003 gab es auch im Berliner Abgeordnetenhaus eine (erneute) parlamentarische Initiative zur Abschaffung des Offenen Kanals in der Bundeshauptstadt; sie scheiterte noch an der erforderlichen Mehrheit.

Auch in Nordrhein-Westfalen mag die Medienanstalt den Offenen (Fernseh-) Kanälen keine „Bestandsgarantie“ mehr geben, wenngleich eine Abschaffung nicht zur Diskussion steht. Kritisch gesehen werden aber ein stagnierendes Sendeaufkommen, rückläufige ProduzentInnenzahlen, Mängel in der Programmqualität und Akzeptanz sowie eine unzureichende finanzielle Unterstützung vor Ort. Daher strebt die Landesanstalt für Medien eine „OK-Reform“ an. Die Konsolidierung der OK-Landschaft in Rheinland-Pfalz steht unter der Überschrift Vernetzung und Medienkompetenz: Derzeit werden in zwei Modellregionen die Möglichkeiten und Bedingungen einer quasi institutionalisierten Kooperation zwischen Offenen Kanälen, Bildstellen, Medienorganisationen und Kommunen erprobt. Im Endausbau soll Rheinland-Pfalz bis zu zwölf „regionale Medienkompetenznetzwerke“ erhalten. In diesem Rahmen soll auch die Zusammenarbeit OK – Schule intensiviert werden. Während die OK-Studios die technische Infrastruktur stellen, sollen jeweils zwei LehrerInnen pro Netzwerk die professionelle personelle Betreuung sichern.

2 Nichtkommerzielle Lokalradios

Illegal sendende Piratenradios, nach eigenem Verständnis „Freie Radios“, versuchten bereits in den 1970er Jahren Unordnung in das geordnete System des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der privatwirtschaftlich konstituierten Presse in (West-) Deutschland zu bringen. Leitidee war die der „Gegenöffentlichkeit“; ihre Programmatik gründete sich unter anderem auf Brecht, der jeden Empfänger zum Sender machen wollte. Aktuell sind bundesweit 32 NKL-Projekte auf Sendung. Nur ein Teil von ihnen sieht sich in der Tradition der Freien Radios und der so genannten Neuen Sozialen Bewegungen aus den 1970er und 1980er Jahren. Das heutige NKL-Spektrum reicht, zugegriffen formuliert, vom milieu-orientierten Betroffenenradio bis zum lokalen bzw. kommunalen Bürgerradio. Insoweit ist NKL ein formaler, medienrechtlicher Begriff, der insbesondere die Werbefreiheit des Programms bestimmt, jedoch inhaltlich-konzeptionell unbestimmt – damit aber auch individuell gestaltbar – bleibt (vgl. Buchholz 2001b, 471).

Die Organisationsstrukturen, die lokale Verankerung, die Milieuanbindungen und die konzeptionellen Ansätze sind von NKL zu NKL verschieden. Grob differenziert lassen sich zwei Pole beschreiben. Der eine Typus verfolgt ein eher (traditionell) journalistisches Konzept, die Organisations- und Arbeitsstrukturen sind stärker hierarchisch angelegt. Projekte des zweiten Typs sind stärker medienpädagogisch ausgerichtet. Soweit diese sich als Freies Radio begreifen, haben sie hinsichtlich ihrer inneren Verfassung einen ausgesprochen basisdemokratischen Anspruch (vgl. Buchholz 2001a, 7).

Unabhängig von der Ideologie Freier Radios weisen die Mediengesetze der Länder den NKL regelmäßig die Funktion einer publizistischen Ergänzung zu. Sie kann als spezifischer Programmauftrag konkretisiert werden: Danach sollte sich ein NKL-Programm inhaltlich/thematisch (und in der Präsentation) von den Programmen etablierter privat-kommerzieller und öffentlich-rechtlicher Hörfunkanbieter klar unterscheiden; die lokale Berichterstattung sollte ein Programmschwerpunkt sein; soziale, kulturelle und politische Aktivitäten des Sendegebietes sollten in die Programmarbeit ebenso eingebunden werden (Integration) wie Gruppen, die ansonsten in medialen Angeboten unterrepräsentiert sind (Partizipation).

In der Realität sind die Programme der NKL so unterschiedlich wie die Bedingungen, unter denen sie produzieren. Der Tendenz nach bilden neben der Musik Kultur, Sport und Politik/Wirtschaft/Soziales die inhaltlichen Programmschwerpunkte. Ein Vergleich der Programme von OK-Radio und NKL lässt nur wenige Unterschiede erkennen (vgl. Volpers et al. 2003, 147ff; vgl. auch Brosius/Weiler 2000). Niedersächsische und hessische Untersuchungen haben ergeben, dass mit einem hohen Anteil von Wort, Information und lokalem Bezug die Nutzung der Programme steigt. Darüber hinaus ist die Akzeptanz umso größer, je homogener und überschaubarer das Verbreitungsgebiet des Senders ist (vgl. Volpers et al. 2000, Volpers et al. 2001). Das Engagement im und für den NKL gründet auf einer hohen emotionalen Bindung. Spaß am Radiomachen ist noch vor publizistischen Zielsetzungen eines der wichtigsten Motive der Mitarbeit im NKL (vgl. Rager/Rinsdorf 2000, Flemming et al. 2000).

Nichtkommerzielle Lokalradios haben, wie auch andere Formen nichtkommerzieller Rundfunkprojekte, Publikum. Die Emnid-Erhebung von 1999 ergab, dass die niedersächsischen NKL in ihren Verbreitungsgebieten durchschnittlich von 16 Prozent der HörerInnen einmal innerhalb von 14 Tagen eingeschaltet werden. Dieser so genannte Weitesten HörerInnenkreis überschreitet im Einzelfall sogar die 30-Prozentmarke. Bis zu neun Prozent hören ihren Sender mindestens an vier Tagen in der Woche, sind also NKL-StammhörerInnen. Der Hörer-Gestern-Wert erreicht in der Spitze bis zu sieben Prozent. Mit solchen Werten etablieren sich die nichtkommerziellen Lokalsender in der Regel deutlich vor öffentlich-rechtlichen Spartenprogrammen, im Ausnahmefall sogar vor der kommerziellen Konkurrenz (vgl. Emnid-Institut 2001, 16ff).

Die formalrechtlichen Erlaubnisvoraussetzungen, die organisatorischen und programmlichen Anforderungen, die die Mediengesetze für den nichtkommerziellen Hörfunk bestimmen, sind Länder übergreifend durchaus vergleichbar. Dennoch sind die konkreten Bedingungen, unter denen die NKL-Projekte arbeiten müssen, von Land zu Land sehr verschieden – nicht zuletzt aufgrund unterschiedlicher Förderniveaus. Die Bandbreite reicht von 0 € (Sachsen) bis 100.000 € p.a. (Sachsen-Anhalt).

In Baden-Württemberg sind zwölf NKL auf Sendung. Im Frühjahr 2003 wurde der Startschuss für die zweite, achtjährige Lizenzperiode gegeben. Die Neulizenzierung soll bis zum Ende des Jahres abgeschlossen sein. Die Medienanstalt hat die finanzielle Förderung der Sender in den vergangenen Jahren nicht unerheblich ausgebaut. In Hessen

gibt es seit 1997 sieben nichtkommerzielle Lokalradios. Eine umfangreiche Begleitforschung bestätigten im Wesentlichen die Ergebnisse, die auch die niedersächsische Begleitforschung ermittelte. Jeweils drei nichtkommerzielle Sender haben ihre Standorte in Bayern, Sachsen und Sachsen-Anhalt. Während sie in Bayern bereits seit vielen Jahren auf Sendung sind, starteten sie in Sachsen-Anhalt erst im Jahr 2000. Eine bayerische Besonderheit besteht darin, dass den NKL Werbung erlaubt ist. Die sächsischen NKL senden in zeitlich sehr eng begrenzten Fenstern privater kommerzieller Hörfunkveranstalter. Hamburg und Thüringen haben jeweils zwei NKL. Die Zulassung nichtkommerzieller Lokalradios in Thüringen ist nach wie vor nur auf festen Sendeplätzen innerhalb eines Offenen Hörfunkkanals möglich. In Niedersachsen wurden im Frühjahr 2002 die sechs NKL (wie die acht OK) als „Bürgerrundfunk“ in den Regelbetrieb überführt.

3 Veranstalter von Bürgerrundfunk

Niedersachsen ist das erste und bisher einzige Land, das die Dualität von Offenen Kanälen und nichtkommerziellen (freien) Radios aufgehoben hat. Nach dem Ende eines mehrjährigen Betriebsversuches führt das Ende 2001 novellierte Niedersächsische Mediengesetz (NMedienG) beide Bürgermedienvarianten zum „Bürgerrundfunk“, in dem NKL- und OK-Elemente verschmelzen, zusammen. Das NMedienG verbindet mit der Veranstaltung von Bürgerrundfunk drei Ziele:

- Publizistische Ergänzung der lokalen und regionalen Berichterstattung sowie des kulturellen Angebotes in der Region,
- Gewährung eines offenen und diskriminierungsfreien Zugangs zum Rundfunk für alle Bürgerinnen und Bürger im Verbreitungsgebiet und
- Vermittlung von Medienkompetenz.

Ziel 1 verpflichtet jedes Bürgermedienprojekt auf einen auf den lokalen Raum bezogenen Programmauftrag. In der medienrechtlichen Konsequenz werden damit die Einrichtungen des Bürgerrundfunks zu „Rundfunkveranstaltern“ und insoweit anderen privaten Hörfunk- oder TV-Veranstaltern formal gleich gestellt. Den besonderen rechtlichen Status, den die Offenen Kanäle als ausschließlich technische Programmplattform, ohne selbst programmverantwortlich zu sein, bisher in der Rundfunklandschaft eingenommen haben, sieht das NMedienG für Niedersachsen nicht mehr vor. Mit Ziel 2 bleibt als gleichrangige Aufgabe dennoch der konzeptionelle Kern des Offenen Kanals erhalten, indem jeder Veranstalter von Bürgerrundfunk bei der Programmgestaltung für jedermann zugangsoffen sein muss. Das müssen jetzt auch die ehemaligen NKL leisten, sodass der Zugang bzw. die Zugangsoffenheit nicht mehr eine Frage der „Tendenz“ des Senders ist. Unterstrichen wird das durch Ziel 3, also die gesetzliche Verpflichtung, die am Programm haupt- und ehrenamtlich Mitarbeitenden zu qualifizieren (vgl. Buchholz 2001c).

Mit der Aufhebung des NKL/OK-Dualismus zog der Landtag die Konsequenz aus der Gleichartigkeit beider Bürgerrundfunktypen, die in der Sendepraxis zu beobachten

war und durch eine umfangreiche Begleitforschung bestätigt wurde. Danach sind die Motive der Produzenten, sich in einem Bürgermedienprojekt zu engagieren, modellübergreifend sehr ähnlich (Freude an der Arbeit mit Gleichgesinnten, Technikinteresse und Veröffentlichung „vernachlässigter“ Themen). Ähnlich sind aber auch die thematisch-inhaltlichen Präferenzen ebenso wie die Programmstrukturen der NKL und OK. Sowohl in den NKL als auch in den OK stützt sich die Programmproduktion ganz wesentlich auf ehrenamtliche Mitarbeit und bürgerschaftliches Engagement. Und auch das Publikum weiß in der Regel nicht zwischen NKL und OK zu differenzieren. Gibt es Unterschiede, so resultieren diese insbesondere aus den verschiedenen Standortbedingungen. Landesweit sind von der Medienanstalt im Jahr 2002 14 Veranstalter von Bürgerrundfunk mit insgesamt 30 Produktions- und Sendestätten zugelassen worden. Sie werden mit durchschnittlich 250.000 € jährlich bezuschusst.

4 Campusradios, Ausbildungs-, Fortbildungs- und Erprobungskanäle

Die deutsche Campusfunklandschaft ist unübersichtlich. Einer Vielzahl von aktiven Hochschulgruppen steht nur eine vergleichsweise kleine Zahl selbständig sendender und lizenzierter Initiativen gegenüber. Ende 2002 gab es bundesweit geschätzt rund 50 Hochschulradios (vgl. Felling 2002). Eine originäre Sendelizenz und eigene UKW-Frequenz haben nur circa 15 Veranstalter von Hochschulrundfunk. Bei vielen Campusfunkern handelt es sich um universitäre Redaktionsgruppen, die zum Beispiel in Fenstern kommerzieller oder nichtkommerzieller Lokalradios senden oder, wenn eine terrestrische Verbreitung nicht möglich ist, ihre Sendungen via Internet verbreiten.

Je nach Standort nehmen die Uniradios unterschiedliche Funktionen wahr: als Studierendensender, als Ausbildungsfunk oder als Lokalradio, das sich nicht auf den Campus beschränkt, sondern die gesamte Stadt und Region erreichen will. Mal ist die Institution Hochschule der Träger, mal sind es die Studierenden bzw. deren Vertretungen. Entsprechend unterschiedlich sind die inhaltlichen Schwerpunkte.

Die meisten selbständig lizenzierten und sendenden Uniradios gibt es inzwischen in Nordrhein-Westfalen: Die Medienanstalt hat insgesamt sieben Campusradios lizenziert, von denen sechs auf einer eigenen UKW-Frequenz senden (darüber hinaus betreibt die Universität Dortmund das bundesweit einzige Uni-Fernsehen „do 1“). In Baden-Württemberg senden zurzeit vier Campusradios mit eigener Lizenz/Frequenz. Bisher waren sie als NKL lizenziert. Nach einer Mediengesetznovelle im Jahr 2002 werden diese „Lernradios“ (das Mediengesetz spricht vom Rundfunk zur „Förderung der Medienkompetenz einschließlich entsprechender Aus- und Fortbildung“) auch formal vom nichtkommerziellen lokalen Hörfunk abgegrenzt. In Thüringen und Sachsen senden jeweils zwei Uniradios. Berlin/Brandenburg ist seit 1996 Standort eines Uniradios.

Die drei bayerischen Aus- und Fortbildungskanäle (AFK) in Nürnberg und München sind eng mit Hochschulen verbunden. Insoweit gibt es eine starke Affinität zum Cam-

pusfunk. Qualifizierung von journalistischem Nachwuchs ist Schwerpunkt der Aktivitäten. Die AFK sind seit 1996 auf Sendung, zwei im Bereich Hörfunk, einer im Fernsehen. Träger ist eine gemeinnützige GmbH, deren Hauptgesellschafter die bayerische Medienanstalt ist. Finanziert werden die AFK-Projekte durch Nachschüsse der Gesellschafter, wobei die Medienanstalt die Hauptlast trägt (je AFK rund 215.000 € p.a.).

Der erste von aktuell elf Sächsischen Ausbildungs- und Erprobungskanälen (SAEK) startete im Jahr 1997. Im Vergleich zu den bayerischen AFK sind die SAEK stärker medienpädagogisch ausgerichtet und arbeiten im Prinzip wie Offene Kanäle. Fünf SAEK sind nur im Hörfunk, vier in beiden Medien und zwei nur im Fernsehen aktiv. Die lokalen BetreiberInnen der SAEK sind unterschiedlich organisiert (Verein, Stiftung, GmbH). Die Gesamtträgerschaft übertrug die Medienanstalt im Frühjahr 2002 auf ein gemeinnütziges SAEK-Förderwerk (vgl. SLM 2003). Je SAEK stehen jährlich rund 170.000 € zur Verfügung. Als Pilotprojekt wird ein Ausbildungs- und Erprobungskanal (AEK), der „neue Programmformate“ entwickeln soll, derzeit auch in der Ruhrgebietsmetropole Dortmund vorbereitet. Es ist vorgesehen, dass er auf dem gleichen Kabelkanal sendet, den der OK Dortmund und das Dortmunder Uni-Fernsehen nutzen.

5 Aktuelle Herausforderungen

Die Zulassung neuer Bürgermedienprojekte ist vorerst zum Stillstand gekommen. Im Saarland und in Hamburg sind sogar große Projekte abgeschaltet worden. Noch ist daraus keine grundsätzliche Legitimationskrise erwachsen. Das vergleichsweise geräuschlose Ende der beiden Offenen Kanäle zeigt aber, wie zart das Pflänzchen Bürgermedien nach 20 Jahren On-Air-Betrieb noch immer ist. Umso wichtiger ist es, die Bürgermedienlandschaft in Deutschland (weiter) zu konsolidieren. Medienanstalten und Bürgersender sind gleichermaßen gefragt.

Die Bürgermedien müssen, ganz praktisch, ihre Arbeit weiter professionalisieren. Sie müssen ihre Programmleistungen, auch mit Blick auf die Erwartungshaltungen des „normalen“ (Rundfunkgebühren zahlenden) Publikums, stetig verbessern. Maßstab und Zielrichtung dieser „Qualitätssicherung“ kann aber nicht das sein, was „massenattraktive“ (kommerzielle) Programme aufgrund ökonomischer Zwänge und/oder ihrer Unterhaltungsorientierung vorgeben. Professionell gemachter Bürgerrundfunk ist vielmehr ein permanenter Prozess der Qualifizierung aller Programmaktiven.

Begleitet werden muss dieser Prozess von einer nachhaltigen Strategie der gesellschaftlichen bzw. der lokalen Verankerung. Mit Blick auf die langfristige (nicht nur finanzielle) Absicherung ist es von besonderer Bedeutung, den Kreis der (gerade auch institutionellen) UnterstützerInnen stetig zu vergrößern und dauerhaft an den Sender zu binden. Die Medienanstalten sind, auch im eigenen Interesse, gut beraten, die Bürgermedien bei diesem Bemühen nach Kräften zu unterstützen.

Literatur

- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland, ALM** (2000) (Hg.): Privater Rundfunk in Deutschland. Jahrbuch der Landesmedienanstalten 1999/2000. München.
- Brosius, Hans-Bernd/Weiler, Stefan** (2000): Programmanalyse nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 10. München.
- Buchholz, Klaus-Jürgen** (1998): Nutzen für das zahlende Publikum. OKs zwischen Selbst- und Zweckbestimmung. In: epd medien, Nr. 72 vom 16.9.1998, 17-24.
- Buchholz, Klaus-Jürgen** (2000): Beteiligung durch Bürgermedien. In: **Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk** (Hg.). Bürgerbeteiligung und Medien. Dokumentation des Bürgermedienkongresses im Dezember 1999 in Hannover. Schriftenreihe der NLM, Bd. 8. Berlin, 29-33.
- Buchholz, Klaus-Jürgen** (2001a): Alternative im Äther. Die Bürgerradios finden ihr Publikum. In: epd medien, Nr. 58 vom 25.7.2001, 6-9.
- Buchholz, Klaus-Jürgen** (2001b): Nichtkommerzielle Lokalradios in Deutschland. Eine Bestandsaufnahme. In: Media Perspektiven, H. 9/2001, 471-479.
- Buchholz, Klaus-Jürgen** (2001c): Bürgerrundfunk in Niedersachsen im Regelbetrieb. In: **Bremische Landesmedienanstalt** (Hg.). Zukunft Offener Fernsehkanäle. Nichtkommerzielles Fernsehen in Deutschland. Dokumentation der Tagung der NOKO Bürgermedien am 18.5.2001 in Bremen. Bremen. 104-108.
- Emnid-Institut** (2001): Die niedersächsischen Bürgermedien und ihr Publikum. Eine Nutzungs- und Reichweitenanalyse. NLM Schriftenreihe, Bd. 11. Berlin.
- Flemming, Jens/Rüppel, Heiko/ Ninke, Lars/Lautsch, Erwin**(2000): Organisations- und Kommunikationsstruktur nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 11. München.
- Felling, Matthias** (2002): Hochschulradio in Deutschland. LfM-Materialien, Bd.30. Düsseldorf.
- Gellner, Winand/Tiersch, Stephan** (1993): Offene Kanäle in Rheinland-Pfalz. Ergebnisse empirischer Forschung. LPR Schriftenreihe, Bd. 8. Ludwigshafen.
- Jaenicke, Angelika/Fingerling, Michael** (1999): Der Offene Kanal Kassel und seine Zuschauer. Eine Studie zur Rezeption. Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 7. München.
- Jarren, Otfried/Grothe, Thorsten/Müller, Roy** (1994): Bürgermedium Offener Kanal. Der Offene Kanal Hamburg aus der Sicht von Nutzern und Experten. Schriftenreihe der HAM, Bd. 8. Berlin.
- Kamp, Ulrich** (Hg.) (1997): Handbuch Medien: Offene Kanäle. Bonn.
- Lenk, Wolfgang/Hilger, Peter/Tegeler, Stefan** (2001): Offene Kanäle in Niedersachsen. Eine Organisations-, Produzenten- und Programmanalyse. NLM Schriftenreihe, Bd. 12. Berlin.
- NOKO Bürgermedien** (2000): Bürgermedien in der Kommunikationsgesellschaft. In: **Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk** (Hg.). Bürgerbeteiligung und Medien. Dokumentation des Bürgermedienkongresses im Dezember 1999 in Hannover. Schriftenreihe der NLM, Bd. 8. Berlin. 128-133.
- Rager, Günther/Rinsdorf, Lars** (2000): Kommunikatoren im nichtkommerziellen lokalen Hörfunk in Niedersachsen. Eine Organisationsanalyse. NLM Schriftenreihe, Bd. 9. Berlin.
- Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien, SLM** (2003) (Hg.): SAEK Sächsische Ausbildungs- und Erprobungskanäle. Auf dem Weg zur Medienkompetenz. SLM Schriftenreihe, Bd. 11. Berlin.
- Volpers, Helmut/Schnier, Detlef/Salwiczek, Christian** (2000): Programme der nichtkommerziellen Lokalradios in Niedersachsen. Eine Programm- und Akzeptanzanalyse. NLM Schriftenreihe, Bd. 10. Berlin.
- Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef** (2001): Image- und Akzeptanzuntersuchung nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 13. München.
- Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef** (2003): Hörfunklandschaft Niedersachsen 2001. Eine vergleichende Analyse des privaten Hörfunks. Schriftenreihe der NLM, Bd. 15. Berlin.

- Klaus-Jürgen Buchholz, Dr., Leiter der Abteilung für Bürgerrundfunk und Medienkompetenz der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM). Forschungsschwerpunkte: Bürgermedien und Offene Kanäle. buchholz.nlm@t-online.de
- Andrea Grisold, Univ.-Prof. Dr., Institut für Volkswirtschaftstheorie und -politik, Wirtschaftsuniversität Wien. Forschungsschwerpunkte: Medienökonomie, Alternative Ökonomie, Wirtschaftspolitik, Regulierung und Wettbewerb, Frauen im Wirtschaftsleben. Andrea.Grisold@wu-wien.ac.at
www.wu-wien.ac.at/inst/vw3/prs/grisold.html
- Wolfgang Hirner, Mag., Lehrbeauftragter am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg, Geschäftsführer des Freien Radio Salzburg – Radiofabrik. Forschungsschwerpunkt: Alternative Öffentlichkeit. w.hirner@radiofabrik.at
- Manfred Knoche, Univ.-Prof. Dr., Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg. Forschungsschwerpunkte: Medienökonomie, Kritik der politischen Ökonomie der Medien, Medienkonzentrationsforschung, Medien und Politik. manfred.knoche@sbg.ac.at
www.kowi.sbg.ac.at/Medienoekonomie
- Livia Lindner, Mag., Dissertantin am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg. Forschungsschwerpunkt: Hörfunk in Europa. livia.lindner@sbg.ac.at
- Helmut Peissl, Obmann des Verbandes Freier Radios Österreich (VFRÖ). Forschungsschwerpunkte: Mehrsprachige Radiogestaltung, Schülerradio, internationale Vernetzung von Bürgermedien. helmut.peissl@civic-forum.org
- Ulrike Wagner, Mag., Wissenschaftliche Mitarbeiterin am JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München. Forschungsschwerpunkte: Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen, Medienkonvergenz aus der Nutzungsperspektive. ulrike.wagner@jff.de
www.jff.de